m e&a
marketing *europe & anatolia*
Tarih: Şubat 2018 **Sayı:** 71

retorik
Suskunluk Sarmalı...

kelebeğin fırtınası
Konuşalım Artık...

satır ayracı
Asi Kadınlar...

Okuyucu Sayımız 10.000...

İşleri dert etmeyin
Doğayı yaşatın ki insanlık yaşasın
Eksantrik
Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com
Nasıl olsa bir gün, bir şekilde
birlikte iş yaparız.
Bir Ekşioğlu Medya Grup kuruluşudur.

İçindekiler

marketing
europe & anatolia

Sayı: 71 **Tarih:** Şubat 2018
İmtiyaz Sahibi
Eksantrik Film Prodüksiyon
P.K.: 112 34725 Fenerbahçe- İstanbul - Tr.

Genel Yayın Yönetmeni ve Sorumlu Yazı İşler Müdürü
Elvin Ekşioğlu
e-mail: elvineksioglu@gmail.com

Haber ve Fotoğraflar
Agency Europe & Anatolia
http://aea.eksantrik.com
aeanews@gmail.com

Katkıda Bulunanlar
Nurgül Eryıldır Günay
Ali Erdem Ekşioğlu
Seval Duban
Kübra Nebioğlu
Yusuf Yener Günay

Danışman
Abdullah Ekşioğlu

İlan Rezervasyon
Ayşe Yılmaz

Yayın Türü
Süreli Yayın

Yönetim Yeri
Agency Europe & Anatolia
e-mail: meadergi@gmail.com

marketing *europe & anatolia*
Agency Europe & Anatolia tarafından Süreli yayınlanan bir e-dergidir.

Bu yayının tüm hakları Eksantrik Film Prodüksiyon'a aittir. Tamamı ya da bir bölümü yayıncısının izni olmaksızın çoğaltılamaz ve yayınlanamaz.
Tüm ilanların sorumluluğu firmalara, makalelerdeki görüşler ve hukuki sorumluluk yazarlara aittir.
Bu derginin yayınlanma sürecinde hiçbir ağaç zarar görmemiştir.

http://www.meadergi.com
mobil: http://m.meadergi.com
http://www.facebook.com/meadergi
instagram: meadergi
https://twitter.com/meadergi

Bir ***Ekşioğlu Medya Grup*** kuruluşudur.

Kısa Kısa 04 - 07

Teknoloji 10 - 11

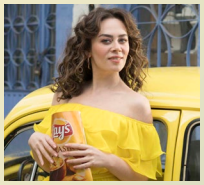
retorik 13

Medya Takip Merkezi
Media Monitoring Center

Medya Dünyası 14 - 15

Röportaj 16 - 18

kelebeğin fırtanası 21



Reklam dünyası 22 - 23

Röportaj 24 - 26

satır ayracı 29

Kampanyalar 31 - 37

Gezi 38 - 43

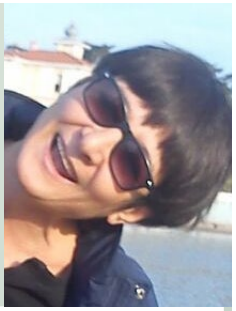
Game On 44 - 45

Kültür Sanat 46 - 47

papyon
organizasyon
Kongre ve Seminerler
Bayi Toplantıları
Basın Toplantıları
Ürün ve Proje Lansmanları
Festivaller
Şirket Piknikleri
Konser Etkinlikleri
Açılışlar
Grafik Tasarım
www.papyon.com.tr
Papyon Organizasyon Reklam Turizm San. ve Tic Ltd. Şti.
Fener Kalamış Cad. Yelken Sokak No: 1/4 Kalamış, Kadıköy / İSTANBUL T: 0 216 349 50 62 F: 0 216 349 50 47

Elvin Ekşioğlu / *elvin@eksantrik.com*

(editörden)



Okuyucu sayımız 10.000...

Merhaba,

Dergimizin okuma, görüntülenme sayılarını her sayımızda vermekten gurur duyuyorum. Çünkü Türkiye'nin en çok okunan marketing dergisi olmaktan çok mutluyum. Dergimizin okunma sayısı aylık 10.000 kişiye ulaştı :)
Mutluyuz, gururluyuz :)

Hard copy yayınlarda; - Günlük bir gazetenin tüketim ömrü 3 gündür.
- Haftalık bir derginin tüketim ömrü 1 ay.
- Aylık bir derginin tüketim ömrü 3 ay.
- Digital dergilerde ise tüketim ömürleri 5 yıla kadar çıkıyor.
O halde neden hard copy dergiler digitallerinden çok daha fazla ve pahalı ilan alabiliyor.

İlan verenler eskiden bunları hesap ederlerdi.
marketing europe & anatolia'nın ilan yayınlama konusunda oluşturduğu hedef kitle ajanslar değil. Okuyucu kitlesiyle, hedef kitleleri örtüşen kuruluşlar ki çıkış amacı yayıncılıktan para kazanmak olmayan dergimizde ilan gelirlerinin oluşması için de hiçbir zaman saldırgan bir politika izlenmeyerek, süreç doğal mecrasında serbest bırakıldı.

Medya takip kuruluşlarının izleme ve ölçme değerlendirme verilerine göre sayfalarımızın değeri her geçen gün artıyor :)

Sevgiler,

10. Doğrudan Pazarlama Ödülleri...

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği'nin (DPİD) düzenlediği ve bu yıl 10. kez verilecek olan Doğrudan Pazarlama Ödülleri'ne başvurular 15 Ocak'ta başladı.

Bu sene programa yeni eklenen Alışveriş Merkezi Etkinlikleri ve Doğrudan Sorumluluk Projeleri kategorileri ile daha da zenginleşen Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nin bu yılki konsepti "Doğru stratejiyi, doğru zamanı, doğru müşteriyi, doğru yöntemi YAKALA!" olarak belirlendi.

2 yeni kategorinin eklendiği ödüllerde "Çekmecede Kalmış İşler" adlı kategori bu yıl da müşterilere sunulan ancak gerçekleşmemiş, iyi işleri bekliyor. Değerlendirme aşamasında ana jürinin yanı sıra bir de "Genç Jüri"nin yer aldığı Doğrudan Pazarlama Ödülleri'ne başvurular www.dpodulleri.org adresinden yapılabiliyor. Yarışma, Türkiye ve KKTC'den, doğrudan pazarlama alanında proje üretmiş ve uygulamış tüm ajanslara açık.

Bu yıl AVM Etkinlikleri ve Doğrudan Sorumluluk Projeleri de değerlendirilecekYarışmanın Özel Kategoriler bölümünde bu yıl ilk kez yer alacak olan Doğrudan Sorumluluk Projeleri kategorisi ise sosyal sorumluluk projeleri arasında iletişimini "doğrudan pazarlama" tekniklerinden en az biri kullanılarak gerçekleştirilen kampanyalar için geçerli olacak.

"Genç Jüri" bu yıl da iş başında.

30 yaşın altında ve dernek üyesi ajans çalışanlarından oluşan bir "Genç Jüri" de bu sene yine yarışma ana jürisinin yanında yerini alacak. Genç Jürinin seçimleri, elenme sürecinde bir yüzdeye sahip olacak. 01 Ocak 2017 - 31 Aralık 2017 dönemi içinde gerçekleşmiş doğrudan pazarlama projelerinin katılabildiği Doğrudan Pazarlama Ödülleri, 15 Ocak – 9 Şubat tarihleri arası yapılacak başvuruların ardından 1-12 Mart tarihleri arasında değerlendirilecek. Yarışmaya katılım, www.dpodulleri.org web sitesinden başvuru formu doldurularak, online olarak yapılıyor.

Prida İletişim Ödülleri...

İletişim danışmanlığı sektöründeki ajansları temsil eden İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği'nin (İDA) bu yıl ilk kez hayata geçirdiği "PRİDA İletişim Ödülleri" 19 Ocak Cuma akşamı Grand Hyatt İstanbul'da düzenlenen törenle sahiplerini buldu.Ajanslar, iş dünyası ve sektör derneklerinden profesyonellerin katıldığı törendebaşarılı iletişim çalışmaları'Stratejik İletişim', 'Pazarlama İletişimi', 'Dijital ve Sosyal Medya', 'Özel Ödüller' başlıkları altında 18 dalda ödüllendirildi. Ajansların ve markaların işbirlikleri ile iletişim ustaları ve profesyonellerinin ödüllendirildiği törende 3 Büyük Ödül ve 3 Yılın Ajansı ödülü de sahiplerine verildi. İletişim çalışmalarının Türkiye'nin toplumsal kalkınmasındaki rolünü göstermek, paydaşlarına kattığı değerin altını çizmek ve sektörde sürdürülebilir projeleri teşvik etmek hedefiyle hayata geçirilen PRİDA İletişim Ödülleri'neilk yılında 252 başvuru yapıldı. Başvurular iletişim alanındaki meslek örgütleri ve sektörel yayınlarınprofesyonel isimlerinden oluşan jüri tarafından oylandı ve ödüller kazananlara törende takdim edildi.

ÜçDalda Büyük Ödül ve Yılın Ajansları

PRİDA İletişim Ödülleri'nde başvurdukları bölümde en yüksek puanı alan projelere Büyük Ödül verildi. Stratejik İletişim Büyük Ödülü 'İyilik Paylaştıkça Çoğalır' projesiyle MPR İletişim Danışmanlığı'na, Pazarlama İletişimi Büyük Ödülü 'Cappadox 2017' projesiyle Artı İletişim Yönetimi'ne, Dijital ve Sosyal Medya Büyük Ödülü ise'Yapay Zeka Şairi ile Bir Başka Şiir' projesiyle TickTockBoom'a verildi. Ayrıca Ünite İletişim Danışmanlığı kendi bünyesinde yürüttüğü sosyal sorumluluk projesi 'Unite 4 Kids' ile "Yılın İyi Kalpli Ajansı" ödünü aldı.

MIXX Awards...

MIXX Awards Türkiye'ye başvuru yapanlar MIXX Awards Europe'a da katılabilecek.

Dünyada 45 ülkede faaliyet gösteren Interactive Advertising Bureau'nun Türkiye merkezi IAB Türkiye tarafından bu yıl 8. kez düzenlenen ve dijital dünyanın "Oscar"ı olarak kabul edilen MIXX Awards Yarışması'na 29 kategoride 645'i geçerli toplam 693 başvuru yapıldı.

Başvuru sayılarıyla her yıl rekor kıran MIXX Awards'ta bu yıl önemli bir değişiklik yapıldı. Ön Eleme, Başkanlığını Publicis One Türkiye CEO'su İnanç Dedebaş'ın üstlendiği jüriyle birlikte IAB Türkiye üyesi firmaların gönderdiği temsilcilerden oluşan 45 kişilik ön eleme jürisi tarafından yapılacak. Ön Eleme 2-7 Şubat tarihleri arasında dört ayrı grup halinde IAB Türkiye ofisinde gerçekleşecek.

Ön Eleme'nin ardından 20 kişilik MIXX Jürisi bu kez Ana Değerlendirme için toplanacak. 9-10 Şubat tarihlerinde yapılacak değerlendirmeler sonrasında Dijital'de yılın en başarılı çalışmaları ödüllendirilecek.

8. MIXX Awards Türkiye'nin Lider Destekçisi Sahibinden.com; Başarı Destekçileri MedyaNet, Milliyet ve PuhuTV olurken; yarışmanın Protokol Destekçileri arasında Digital Partners, Genart Medya, Google, Kızlarsoruyor, Ligatus, MG Media, Sözcü ve Unite.ad yer alıyor. Yarışmanın bu yılki Jüri Sponsoru ise Facebook oldu. Admatic, Netcom Medya ve Sporx'in Kategori Destekçileri olduğu MIXX'e sektör kuruluşları da her zamanki gibi katkıda bulunuyorlar.

Reklam çalışmaları Karbonat tarafından yürütülen organizasyon Gramofon, İltek ve Project House'un katkılarıyla düzenleniyor.

MIXX Awards Ödül Töreni 27 Şubat 2018, Salı akşamı Four Seasons Bosphorus İstanbul Otel'de gerçekleştirilecek.

Yarışmayla ilgili ayrıntılı bilgi için: www.mixxawards-tr.org

KİD'de Bayrak Değişimi...

Kurumsal İletişimciler Derneği'nin (KİD) beşinci genel kurul toplantısı 26 Ocak Cuma günü gerçekleştirildi.

Derneğin 2017 yılı faaliyetlerinin değerlendirildiği ve yeni yönetim kurulunun belirlendiği genel kurul toplantısı sonrası, Borusan Holding Kurumsal İletişim Direktörü Şule Yücebıyık Dernek Başkanı seçildi. Toplantıda ayrıca yönetim kurulu ve denetleme kurulu üyelerinin deseçimleri yapıldı.

KİD'in iki dönem başkanlığını yürüten TAV Havalimanları Holding Kurumsal İletişim Direktörü Bengi Vargül Şen, genel kurul toplantısında yaptığı konuşmada,kurumsal iletişim mesleğinin layık olduğu konuma gelmesi için çalışmalar yürüten Kurumsal İletişimciler Derneği'nde başkanlık yapmanın gururunu yaşadığını belirterek, yapılan faaliyetleri genel kurul üyelerine aktardı.Yeni Yönetim Kurulu Başkanı Şule Yücebıyık iseBengi Vargül Şen'eve yönetim kuruluna katkılarından dolayı teşekkür ederek, KİD'in tek meslek örgütü olarak sektörde önemli bir misyonu olduğunu vurguladı. Yücebıyık,"Bugün kurumsal iletişim, kurumların can damarı olarak kabul görüyor. KİD ise ülke ekonomimize yön veren, değer katan ve çoğunluğu Türkiye'nin en büyük 500 şirket listesinde yeralankurumların iletişim süreçlerini ve itibarını

yöneten profesyonellerin oluşturduğu stratejik öneme sahip bir dernek. Yeni dönemdeyönetimde yeralan arkadaşlarım ve değerli üyelerimizle birlikte,kurumsal iletişim mesleğinin standartlarını yükseltmek,yeni iletişim parametrelerine uygun hareket etmek adına sınırlarımızı daha da genişletmeyi ve daha çok alanda varolmayı hedefliyoruz." dedi.

BESD-BİR Genel Kurulu Yapıldı...

Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları Birliği Derneği 18. Olağan Genel Kurul Toplantısı Ankara'da gerçekleştirildi. Yönetim Kurulu Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin belirlendiği toplantıda Dr. Sait Koca başkan seçildi.

Yönetim Kurulu Başkanı ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin belirlendiği toplantıda Dr. Sait Koca başkan seçildi. Derneğin 18. Olağan Genel Kurul Toplantısında yapılan seçim sonucuna göre; Başkan Yardımcılığı görevi Süleyman Öztürk Saymanlık görevi ise Faik Üçer'in oldu. Mustafa Özdil ve Ahmet Hazım Topçuoğlu ise yönetim kurulu üyeleri olarak belirlendi.

Genel Kurul Toplantısı'nda dünya ve ülke kanatlı eti sektörünün değerlendirmesini yapan Dr. Sait Koca, "Bugün geldiğimiz noktada; yıllık cirosu yaklaşık 5 milyar dolar olan kanatlı eti sektörü, 15 bin adet kayıtlı kümes ile birlikte 2,4 milyon kişinin geçimini sağlıyor. Kısa zamanda önemli ölçüde büyüyen ve gelişen sektörümüz sadece Türkiye'de değil dünyada da çok önemli bir konuma geldi. Sektörün ülkemize olan katkıları her geçen sene artarak devam edecek." dedi

Dr. Sait Koca kanatlı eti tüketimi ile ilgili ise şunları söyledi: "2017 yılında kırmızı et tüketimi 14,8 kg'dan 13,2 kg'a düşerken, kanatlı eti tüketimi 23,2 kg'dan 24,8 kg'a çıkmıştır. 1990'da 12,0 kg olan kişi başı kırmızı ve beyaz et tüketimimiz, 2017'de 38,0 kg olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılı verilerine göre Dünya ortalaması 42,6 kg, gelişmiş ülkeler ortalaması 78 kg'dır. Toplam et tüketimimizin Dünya ortalamasının altında olması üzücüdür. 2025 yılında Türkiye'de kanatlı eti tüketimini kişi başına 32,9 kg olarak hedefleyen sektörümüz ülkemizdeki et açığını beyaz et ile kapatacaktır."dedi.

Atama...

Dünyada 127, Türkiye'de 88 yıldır faaliyet gösteren Philips'e 1998 yılında katılan ve son olarak Philips Orta Doğu ve Türkiye Sağlık Sistemleri Başkanlığıgöreviniyürüten Özlem Fidancı, Philips Orta Doğu ve Türkiye CEO'su görevine atandı.

Boğaziçi Üniversitesi, İşletme Bölümü'nden 1992 yılında mezun olan Fidancı, 1992-1998 yılları arasında Tetra Pak Paketleme San. Tic. A.Ş.'de İş Geliştirme Müdürlüğü yaptı. 1998 yılında Philips ailesine katılan ve Ürün Müdürü ardından Pazarlama Direktörü olarak görev yapan Fidancı, 2005-2008 yılları arasında Ev Aletleri ve Kişisel Bakım Genel Müdürü olarak çalıştı. 2008 yılından itibaren Philips Tüketici Ürünleri Genel Müdürü olarak hizmet verdikten sonra 2010 yılında Singapur'da Philips Gelişen Pazarlar, Pazarlama ve Strateji Başkanı görevine atanan Fidancı, bu rolünde Çin'den Brezilya'ya kadar gelişen pazarların stratejik planlarının oluşturulmasında önemli bir rol oynadı.

Özlem Fidancı yeni görevinde 16 ülkeden sorumlu olacak.

Atama...

Türk Henkel Çamaşır ve Ev Bakım Genel Müdürü olarak görev yapmakta olan Töre Birol, başarılı görev sürecinin ardından Henkel Çamaşır ve Ev Bakım Orta Doğu Avrupa Satış ve Ülke Yönetimi Başkan Yardımcısı olarak atandı. Birol, yeni görevine 1 Ocak 2018 tarihi itibarıyla başladı.

İstanbul Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden mezun olan ve Oxford Brookes Üniversitesi'nde MBA yapan Töre Birol; Koç Holding, BP ve Nielsen'de çeşitli pozisyonlarda görev aldıktan sonra, 2006 yılında Kategori Yöneticisi olarak Henkel kariyerine başladı. 2007 yılında Henkel'de Zincir Mağazalar Kanal Müdürü görevine getirildi. 2009'da Ticari Pazarlama & Kategori Yönetimi Yöneticiliği, 2011'de ise Henkel Baltıklar Genel Müdürlüğü görevlerini üstlendi. 2012 yılında Henkel Ukrayna Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkanı olarak kariyerini sürdürdü. 2015 - 2017 yıllarında Türk Henkel Çamaşır ve Ev Bakım Genel Müdürü olarak önemli başarılara imza attı. İyi derecede İngilizce bilen, Almanca ve İtalyanca'ya da hakim olan Birol, Henkel'in Çamaşır ve Ev Bakım Orta Doğu Avrupa Satış ve Ülke Yönetimi Başkan Yardımcısı olarak görevine devam ediyor.

Pagev Genel Kurulu Yapıldı...

Plastik sektörünün dinamizmi ve büyümesini sürdürmesi için pek çok projeye imza atan, sektörü uluslararası platformda başarıyla temsil eden PAGEV, Genel Kurul toplantısını yaptı. PAGEV Başkanı Yavuz Eroğlu'nun sektörün tam desteğini aldığı ve güven tazelediği Genel Kurulda, Eroğlu'nun listesindeki isimler PAGEV Yönetim Kuruluna seçildi. PAGEV Genel Kurulu, İKMİB seçimleri öncesi plastik sektöründeki eğilimi ortaya koyması bakımından önem taşıyor. Toplantıda görev süreleri dolan üç yönetim kurulu ve bir denetim kurulu üyeliği için seçim yapılırken PAGEV Yönetim Kurulu Başkanı Yavuz Eroğlu'nun desteklediği liste sektör temsilcilerinden tam destek almayı başardı. Başkan Yavuz Eroğlu, geçen seneki Genel Kurula rakipsiz olarak girmiş, oybirliği ile yeniden PAGEV Başkanlığına seçilmişti. Genel Kurul'da da güven tazeleyen ve plastik sektörünün desteğini arkasına alan Başkan Eroğlu, böyleceüçüncü kez yapılan ara seçimlerin her birinde desteklediği adayların kazanmasını sağlamış oldu. Genel Kurulda yapılan seçim sonrası PAGEV Yönetim Kurulu şöyle şekillendi; PAGEV Başkanı Yavuz Eroğlu, Birinci Başkan Yardımcısı Ahmet Meriç, İkinci Başkan Yardımcısı Ali Zeki Karadeniz. Sayman Üye Abdullah Karatepe, Sekreter Üye Aziz Özay, Burak Önder, Eren Ünlü, Orhan Göçer, Oğuzcan Çetinalp, Cevat Taşkan ve Alper Varınca Yönetim Kurulu Üyesi.

PAGEV Genel Kurulu, İhracatçı Birlikleri ve Oda Seçimleri öncesi plastik sektörünün nabzını tutması bakımından önemli bir işaret niteliğindeydi. PAGEV Başkanı Yavuz Eroğlu, toplantıda yaptığı konuşmada PAGEV'in ihracatçı birlikleri ve oda seçimlerindeki gücünü zayıflatmak için halihazırda birlik yönetimindeki tüm grupların biraraya gelerek seçim öncesi karalama kampanyaları yaptıklarını ancak Genel Kurulun bu içi boş karalamalara neredeyse üç katı bir oy farkıyla cevabını verdiğini belirtti.

Caretta İletişim, Tadım'ın İletişim Ajansı Oldu...

Paketli kuruyemiş sektörünün öncü markası Tadım'ın yeni iletişim ajansı Caretta İletişim oldu. Caretta İletişim, Tadım'ın kurumsal iletişim faaliyetlerini yönetmenin yanı sıra, ay çekirdeği, kuruyemiş, çiğ kuruyemiş ve kuru meyve ile kuruyemiş bar kategorisindeki ürün gamına yönelik pazarlama iletişimi hizmeti verecek.

Caretta İletişim'in hizmet verdiği markalar arasında Tadım'ın yanı sıra, ABank, AvivaSA, Aras Holding, Akmeriç Danışmanlık, İstinye Üniversitesi, Jarvis, Kid Connect, LG Electronics, Ödeal, Peppers & Rogers Group, Tamek, Trend Micro, Tunçmatik ve Veeam bulunuyor.

HD Holding'e Yeni Ajanslar...

1995 yılından bu yana bulunduğu her pazarda Türk mutfağının lider temsilcisi olmayı ilke edinmiş olan HD Holding, tüm yaratıcı reklam ve dijital çalışmalarını Manajans J. Walter Thompson'a emanet ederken stratejik iletişim ortağı olarak GoodWorks İletişim Danışmanlığı'nı ve medya planlama ve satınalma faaliyetleri içinise MindShare'i seçti.

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği tarafından 2017 yılın en iyi restoranı ödülüne layık görülen HD İskender, HD Döner ve Pidem restoranları ile 200'e yakın noktada her yıl 20 milyon kişiyi misafir eden HD Holding, tüm pazarlama iletişimi çalışmalarını yeni ajansları ile sürdürme kararı aldı.

Eksantrik
Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com

Bir *Ekşioğlu Medya Grup* kuruluşudur.

Yeni İnteraktif Dijital Panosu Flip...

Samsung Electronics, CES 2018 katılımcılarına Samsung Flip dijital toplantı panosu ile “Geleceğin İşyeri” vizyonuna bir İlk Bakış atma fırsatı sunacak. Şirketin İlk Bakış etkinliğinde duyurduğu Samsung Flip WM55H işletmelerin toplantıları organize ederken, gerçekleştirirken veya tekrarlarken karşı karşıya kaldığı en önemli güçlüklere çözüm getirerek katılımcıların toplantılara dijital olarak katılımını artırıyor.

Standart kâğıt toplantı panolarının ve analog toplantı panolarının gelişmiş bir uyarlaması olan Samsung Flip’in ekranı, oyunun kurallarını değiştiren fikirler yaratma fırsatlarını artırırken geleneksel yazı yazma hissini de koruyor. Samsung Flip öncüllerinden farklı olarak tek bir içeriğin aynı anda birden fazla kullanıcı katkısıyla oluşturulmasına, kolayca paylaşılmasına, notlar konulmasına, taşınmasına, hatta aranmasına izin veriyor. Ayrıca, Flip’in taşınabilir, tekerlekli standı her mekânı toplantı odasına dönüştürebiliyor, sınırlı toplantı alanı bulunan işletmelere ilave esneklik sağlıyor. Son olarak, kullanıcı dostu olarak tasarlanan Flip ekranının sezgisel arayüzü toplantılarda zamanında ve kesintisiz iletişime imkân sağlıyor.

Samsung Electronics Görsel Teknolojilerden Sorumlu Başkan Yardımcısı Seog-gi Kim yaptığı açıklamada; “Modern toplantıların mekân sorunları katılımcıların kolayca konudan kopmasına ve toplantılarda gündeme gelen hayati konuların ve fikirlerin kolayca yitip gitmesine neden oluyor. Günümüzün çalışanları daha güçlü ve esnek teknolojilere ihtiyaç duyuyor ve bizler de yeni Samsung Flip ekranının gerçekten etkili işbirliklerinin yolunu açan sonsuz olasılıklar sunan bir araç olduğuna tüm kalbimizle inanıyoruz. Sonuç olarak, Samsung Flip’i CES 2018 kapsamında kullanıcıların beğenisine sunmaktan büyük heyecan duyuyor, işletmelerin daha iyi, akıllı ve hızlı çalışmalarına yardımcı olacak bu teknolojiyi daha da ileriye taşıyacağımızı şimdiden duyuruyoruz.” dedi.

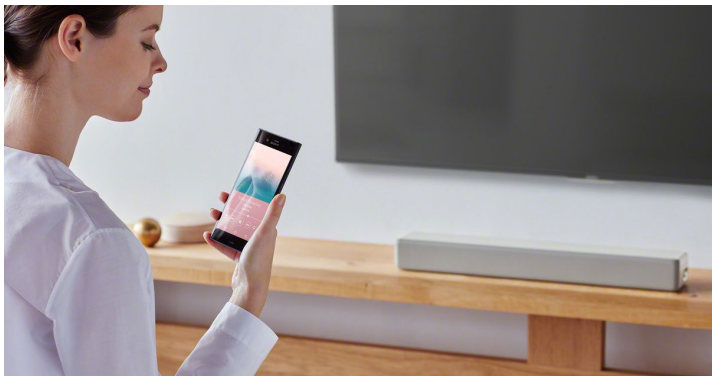
Yeni Kompakt Tekli Sound Barı...

Sony’nin yeni2.1ch Kompakt Sound Barı HT-SF200, kanepenizin konforunda sinematik ses hissi yaşattığı gibi, adeta üzerine konulduğu her mobilyayı tamamlamak için tasarlanmışçasına hoş bir görünüme sahip. İzleyeceğiniz film veya televizyon programını seçtikten sonra ayrı bir subwoofer’a gerek duymadan“Kompakt Sound Barı”ndan tüm düşük frekanslı sesleri ve net insan seslerini duyabilirsiniz.

İnce ve şık Sound Barı, dahili bir subwoofer’a sahip olmasının yanı sıra Dolby Digital kodekini de desteklemesi ile oturma odanız için benzersiz ses üretiyor. Kompakt boyutuna rağmen, S-Force PRO Ön Surround özelliğinin eklenmesi, odanın dört bir yanını saran kablolar olmaksızın, hoparlörler ile çevrelendiğiniz hissini veriyor.

Kolay bağlanabilirlik

Yaşam alanını temiz ve düzenli tutan SF200, HDMI ARC, Optik veya Bluetooth® üzerinden televizyonakolay bağlanabilirlik özelliğinin avantajından yararlanıyor. Aynı zamanda, Bluetooth® teknolojisi ile diğer akıllı cihazlara kablosuz olarak bağlanabiliyor. Alternatif olarak, hızla bağlanıp anında bir şarkı çalmak istediğiniz anlarda, SF200, kolay çalma için bir USB cihazını bağlamanıza imkan veren kullanışlı bir USB giriş özelliğine de sahip.



Mükemmel eş

Bu, ses kalitesinden taviz vermeksizin, iç dekorasyonunuza uyum sağlayan şık bir “hepsi bir arada” çözüm. Küçük yaşam alanları için ideal olan ürün, televizyonun önüne ya da yanına yerleştirilecek raflara veya konsollara kolaylıkla uyum sağlıyor. Deri görünümlü üst ve kompozit yanlar gibi malzemeler, pürüzsüz uyumu yakalayarak tarzınızı tamamlayacak şekilde bir araya getirildi. Sound Bar, kömür siyahı (HT-SF200) renkte temin edilebiliyor.

Mate 10 Pro...

Mate 10 Pro, yoğun kar yağışı altında bile kolaylıkla video veya fotoğraf çekebilmeye olanak tanıyor. AI desteği sayesinde bütün ortamların kolaylıkla algılanmasını sağlayan Mate 10 Pro, karlı sahneleri algılama özelliğiyle rakiplerinden farklılaşıyor. Karlı ortamlarda benzersiz fotoğraflar çekebilmeye olanak tanıyan Mate 10 Pro, kışın çekiciliğini gözler önüne seriyor. Karlı ortamlarda fotoğraf çekerken en ufak detayın bile gözden kaçmasını engelleyen Mate 10 Pro,zorlu hava koşullarını ortadan kaldırarak en güzel kar fotoğraflarının çekilmesini mümkün kılıyor.

Her zaman net fotoğraflar

Odaklama, faz ölçümü, kontrast, derinlik ve mesafe gibi birbirini tamamlayan dört farklı mekanizma sayesinde anında ve kusursuz bir şekilde fotoğraf çekebilmeye imkan tanıyan Mate 10 Pro, fotoğraf makinesinin hata yapmasını engelliyor ve daima net fotoğraflar çekebilmeyi olanaklı kılıyor.F/1.6 diyafram aralığındaki objektiflere sahip olan Mate 10 Pro, kötü hava koşullarında bile süper perde hızıyla fotoğraftaki hareketi dondurmayı sağlıyor. Optik sabitleme özelliği sayesinde snowboard veya kayak yapılırken video kaydedebilmeyi mümkün kılan Mate 10 Pro, üstün özellikleriyle rakiplerine fark atıyor.Uzun batarya ömrü sayesinde şarj sorunları ortadan kalkıyor

4000 mAh'lık bir pile sahip olan Mate 10 Pro, uzun süreli yoğun bir kullanım olanağı sunuyor. Uzun süreli batarya kullanımıyla hayatı kolaylaştıran Mate 10 Pro, süper şarj özelliğiyle de güvenli ve en hızlı çözüm sunuyor. Çoğu hızlı şarjlı akıllı telefon 9V ve 2A akımı kullanırken, HuaweiSuperCharge sistemi sayesinde Mate 10 Pro, daha düşük bir voltajla daha yüksek 4.5A akımı ile şarj edilebiliyor.Mate 10 Pro'yu normal şarj cihazlarından dört kat daha fazla bir hızla şarj edebilmeyi mümkün kılan Huawei Super Charge, şarj sorunlarını ortadan kaldırıyor.

860 PRO ve 860 EVO SSD modelleri...

Sektörün V-NAND teknolojisiyle çalışan son kullanıcıya yönelik ilk SSD ürünleri olan 850 PRO ve 850 EVO'nun tanıtılmasından sonra 860 PRO ve 860 EVO modelleri de hız, güvenilirlik, uyumluluk ve kapasite konularında büyük gelişmeler sunan SATA SSD ürünleri arasında öncü bir performans düzeyi yakalıyor.

Samsung Electronics Bellek Biriminden Sorumlu Marka Ürün Pazarlama Başkan Yardımcısı Un-Soo Kim yaptığı açıklamada; "Yeni 860 PRO ve 860 EVO SSD modelleri hem bireysel kullanıcılar hem de işletmelerde kullanıcı deneyimini en üst seviyeye taşımak için en son 512 GB ve 256 GB'lık 64-katmanlı V-NAND, 4 GB LPDDR4 mobil DRAM ve yeni MJX kontrolcü teknolojilerini bir araya getiriyor. Samsung önümüzdeki yıllarda da son kullanıcıya yönelik SSD ürünlerinde anlamlı yenilikler yapmaya ve genel olarak bellek sektöründe büyüme ve gelişmeye öncülük etmeye devam edecek." dedi.

Yüksek çözünürlüklü fotoğraflar ve 4K videoların dosya boyutlarının büyümesine neden olması sebebiyle daha hızlı dosya transferi ve sürdürülebilir yüksek performans uzun dönemde kullanıcılar için vazgeçilmez bir ihtiyaç haline geldi. Samsung'un 860 PRO ve 860 EVO diskleri bu ihtiyacı karşılamak için 560 MB/s okuma ve 530 MB/s yazma hızlarını desteklerken, sunulan beş-

yıllık garanti veya 860 PRO için 4,800 Terabyte toplam yazma , 860 EVO içinse 2,400 Terabyte toplam yazma garantisiyle benzersiz bir performans güvenilirliği sunuyor. Yeni MJX kontrolcüsü aynı zamanda daha hızlı bir iletişimi de mümkün kılıyor. Kontrolcü, Linux işletim sistemi uyumluluğunu geliştirirken iş istasyonu depolama alanını yönetmek için de yeterince güçlü olmasıyla öne çıkıyor.

860 PRO modelinin 256GB, 512GB, 1TB, 2TB ve 4TB kapasite seçenekleri bulunuyor. 4TB depolama alanında 114 saat 30 dakikalık 4K Ultra HD video saklanabiliyor.

İşleri dert etmeyin
Doğayı yaşatın ki insanlık yaşasın
Eksantrik
Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com
Nasıl olsa bir gün, bir şekilde
birlikte iş yaparız.
Bir Ekşioğlu Medya Grup kuruluşudur.

Abdullah Ekşioğlu / *eksioglu70@gmail.com*

(retorik)

Suskunluk Sarmalı...

Bir çoğunuz Elisabeth Noelle-Neumann adını duymamıştır. Neumann kamuoyu araştırmalarının duayenlerinden biri olmanın yanı sıra günlük yaşantımızda kişisel görüşlerimizi oluşturup dışa vuruken en çok etkilendiğimiz "Suskunluk Sarmalı" kavramını literatüre kazandıran kişidir.

Neumann, özet olarak kişilerin kendi görüşlerini oluşturup dışa vururken, dışlanma korkusu, topluma katılma gibi psikolojik etkilerle toplumda baskın olan görüşü kabul etme eğilimi gösterdiklerini bunun da hakim görüşü giderek güçlendirdiğini savunduğu "Suskunluk Sarmalı" kuramında kitle iletişim araçlarında yer bulamayan görüşleri benimseyen kişilerin fikirlerini ifade etmekte çekingen davrandıklarını ve hakim görüşün karşısında yer alan bu fikirlerin giderek daha az dile getirilir bir hal aldığını bu suskunluğun genişleyen bir helezon gibi giderek daha da genişlediğini ortaya koymuştur.

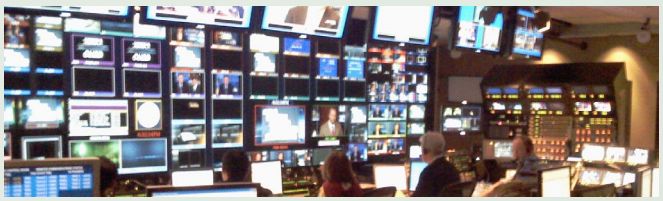
İşte muhalefetin çalışmalarının medyada bir türlü yer bulamamasının, Gezi Olayları sırasında ekranlarda boy gösteren penguenlerin, AKP Genel Başkanı'nın eline her mikrofon alışında yayınlarını kesip canlı yayına geçen TV kanallarının, CHP kurultayı olduğu gün bile AKP Genel Başkanı'nın bir kaç defa canlı yayında konuşması ve CHP kurultay salonundan yapılan yayınların sınırlı tutulmasının, aynı kısıtlamaların İYİ Parti, HDP ve diğer muhalefet partilerine de uygulanmasının arkasında yatan motivasyon, muhalif görüşlerde bir "Suskunluk Sarmalı" oluşturma çabası ve AKP iktidarının devamlılığını sağlamak için kamuoyu kanaatini manipüle etme gayretidir.

Bireyler düşüncelerini paylaşan başka kişilerin de olduğunu gördüklerinde, hem kendi düşüncelerini doğrulatmış oluyor, hem toplumdan dışlanma korkusunu yeniyor, hem de bir gruba dahil olarak güvenlik içgüdülerinin ihtiyaçlarını karşılayıp fikirlerini daha özgürce dile getirebiliyorlar. Ayrıca suskunluk sarmalı nedeniyle hakim görüşü benimseyen kişiler de farklı düşünceleri benimseyen başka kişilerin seslerinin toplumdan dışlanmadan duyurulabildiğini gördüklerinde hakim görüş yerine, kendi düşüncelerine en yakın görüşlerin yanında yer alıyorlar. İşte ana muhalefet partisinin ne işe yaradığı kimse tarafından anlaşılamayan "Adalet Yürüyüşü"nün asıl amacı bu suskunluk sarmalını kırmaktır. AKP iktidarının ısrarla adalet yürüryüşünü kriminalize etme çabası ise bu eylemi itibarsızlaştırıp, muhalif düşüncelerin toplumdan dışlanacağı görüşünü ayakta tutma gayretidir.

Bu açıdan bakıldığında "Adalet Yürüyüşü" belki de muhalefetin son dönemde yaptığı tek doğru eylem olarak amacına kısmen ulaşmıştır diyebiliriz. AKP iktidarı da gerek "Adalet Yürüyüşü"nü gerekse CHP'yi tümüyle kriminalize ederek, bu etkiyi azaltmayı başarmıştır. Siyasi partiler açısından bakıldığında her iki partinin de hedef odaklı pragmatik bir refleksle "doğru" bir iletişim belirledikleri söylenebilir. Burada arızalı olan alan medyanın kendisidir. Medyanın esas işlevini gözardı edip, iktidarın iletişim organı gibi davranmakta ısrarcı olması, ahlaki bir zaafı gündeme getirmekte, toplumun kanaatlerini özgürce oluşturmasının önüne etik dışı bir set çekmektedir.

Medyası gündelik çıkarlarını, meslek ahlakının önüne koymuş bir toplumda yaşıyor olmanın toplumun her bireyine yüklediği ek sorumluluklar olduğunu gözardı edemeyiz. AKP'nin temellerini oluşturan ve liderliğini Erbakan'ın yaptığı siyasi geleneğin 80'ler öncesinde kullandığı bir slogan vardır: "Düşündüğünüz gibi yaşayamıyorsanız, yaşadığınız gibi düşünmeye başlarsınız." İşte tam da bu nedenle "Suskunluk Sarmalı"nı kendi ellerimizle kırmamız gerekiyor. İster çoğunlukta olalım, ister azınlıkta, ister AKP saflarında ister muhalefette, kendimize olan saygımız gereği fikirlerimizi dışlanma korkusu taşımadan ortaya koyabilmeli, çevre baskısından korkmadan yaşam tarzımızdan taviz vermeden, alnımız açık bir şekilde ben buyum diyebilmeliyiz. Ben buyum.

Görev değişiklikleri...



Yazılı Basında Görev Değişiklikleri

• Hürriyet Yayın Direktörlüğü görevin M. Emre Oral atandı.
• Deneyimli belediye muhabiri Mehmet Demirkaya, Gazete Habertürk ile anlaştı.
• Kütahya Ufuk Gazetesi sahibi Tahsin Dolavcı, mesleğini 46. yılında sonlandırdı.
• Ali Bayramoğlu, Karar gazetesinde her pazartesi siyaset-analiz yazıları kaleme alacak.
• Onur Caymaz, Aydınlık gazetesinde köşe yazmaya başladığını sosyal medya hesabından duyurdu.
• Sözcü Gazetesi eğitim ve gece sayfası editörü olarak görev yapan Murat Aydın gazete ile yollarını ayırma kararı aldı.
• Yeni Şafak yönetimi, köşe yazarı Müfid Yüksel ile yollarını ayırma kararı aldı.
• Sait Kuzu, Çarşamba Gazeteciler Cemiyeti'nin yeni başkanı odu.
• Yeni Şafak gazetesinde köşe yazarlığı yapan Yaşar Taşkın Koç, yayınlanan son yazısıyla okurlarına veda etti.
• Karar Gazetesi yazarı Ali Bayramoğlu, gazete ile yollarını ayırdığını sosyal medya üzerinden duyurdu.
• Hürriyet gazetesi finans eki BigPara'nın yayın yönetmenliğine Sefer Levent, Hürriyet Oto'nun yayın yönetmenliğine ise Emre Özpeynirci atandı.
• Dünya gazetesi yapılanma kapsamında Handan Sema Ceylan, Ece Ceyhun ve Özlem Ermiş Beyhan'ı Yazı İşleri Müdürü olarak atarken Sergül Keskin'i Yurt Haberler Şefi, Jülide Yiğittürk Gürdamar ise Borsa-Finans Şefi olarak atadı.
• Isparta Gazeteciler Cemiyeti'nin (IGC) gerçekleştirdiği Olağan Genel Kurulu sonucunda mevcut Başkan Şevket Karahan, tek aday olarak girdiği seçimde 3'ünce kez göreve getirildi.
• Star yazarı Sibel Eraslan, Kültür ve Turizm Bakanlığı Müşavirliği'ne atandı.

Görsel Basında Görev Değişiklikleri

• CNN Türk Ankara Temsilciliği Yardımcılığı görevine Faruk Demirel getirildi.
• Show TV Ana Haber Bülteni spikeri Jülide Ateş, kanalla yollarını ayırdı.
• Jülide Ateş'in istifasının ardından Show TV Ana Haber bültenlerini Ece Üner sunacak.
• A Haber'de Program Müdürü, ATV'de ise danışman olarak görev yapan Hüseyin Özcan, Turkuvaz Medya Grubu ile yollarını ayırma kararı aldı.
• Başkanlık sistemini eleştirdiği için TRT'den uzaklaştırılan Haber-Sen Yöneticisi Binali Erdoğan, mahkeme kararı ile görevine geri dönüyor.
• Bünyesinde Medyavizyon, Sinema TV, Kidz TV, Fil TV ve Filbox medya şirketlerini barındıran Oflaz Media Group'ta Reklam Grup Başkanı görevine Oben Yıldırım getirildi.

Medya Dünyasından Diğer Haberler

• Türk sinemasının usta isimlerinden Münir Özkul, hayatını kaybetti.
• Gazeteci, mimar ve yazar Aydın Boysan, hayatını kaybetti.
• Sözcü gazetesi haber müdürü Baki Avcı hayatını kaybetti.
• Türkiye'nin ilk çocuk gazetesi Kıpırdak'ı çıkaran İzmirli gazeteci Vecdi Altay, hayatını kaybetti.
• Son olarak Radikal gazetesinde köşe yazan gazeteci Türker Alkan, hayatını kaybetti.
• Türk basınını WebOfset teknolojisiyle ilk kez tanıştıran isimlerden Güven Toğrul hayatını kaybetti.
• Varlık dergisinin Yayın Yönetmeni Enver Ercan, hayatını kaybetti.
• Dünya Gazeteciler Derneği'nin düzenlediği "Yılın En İyileri - Oscar Ödülleri" sahiplerini buldu. Anadolu Ajansı, medya kategorisinde "En Başarılı Haber Ajansı" ödülüne layık görüldü.
• İnci Ertuğrul'un FOX TV ekranlarında sunduğu Kaybolan Çiçekler programı final yaptı.
• Dünya Basın Mensupları Derneği (DBMD) 7. kuruluş yıl dönümünü Çırağan Sarayı'nda düzenlediği Başarıda Yılın 'En'leri Ödül Töreniyle kutladı. "Yılın En İyi Kültür Sanat Yazarı" ödülüne Dunyabulteni.net Kültür Sanat Editörü İbrahim Ethem Gören layık görüldü.
• Denizli'de 10 Ocak Çalışan Gazeteciler Günü etkinlikleri kapsamında Gazeteci Muhammet Karaçay'ın "Fotoğraflarla Anılardan İz Bırakanlar" sergisi açıldı.
• TRT World, Google'ın düzenlediği yarışmada Google Geliştiriciler sitesinde "En İyi Karakter" ve "Öğrenciler Tarafından Geliştirilmiş En İyi Uygulama" kategorileri altında birincilik elde etti.
• Radyo Turkuvaz, 4 yıl önce ara verdiği karasal yayın hayatına geri döndü. Radyonun yayın ve müzik koordinatörlüğünü ise Füsun Alkan üstlenecek.
• Konyalı gazeteci Hamdi Bağcı'nın ilk kitabı "Perileri Bir Kız Çocuğu Uyandırabilir" çıktı.
• Doğuş Dergi Grubu bünyesinde yayınlanan Robb Report Türkiye dergisinin yayın hakları Group Medya tarafından satın alındı.
• Quick Sigorta'nın, LOG Dergisi ile işbirliği içinde hazırladığı QMAG, kent-kültür-sigortacılık dergisinin ilk sayısı yayınlandı.
• Türk müziğinin dünya müzikleri arasında hak ettiği yeri almasına katkı sağlamak amacıyla İngilizce ve Türkçe olarak yayımlanacak olan Makam Müzik Dergisi yayın hayatına başladı.
• Anadolu Yayıncılar Derneği tarafından düzenlenen 3. Anadolu Medya Ödülleri töreninde Yılın Haber Ajansı ödülüne İhlas Haber Ajansı layık görüldü.
• Medya Takip Merkezi'nin 8 - 14 Ocak 2018 tarihleri arasında yaptığı araştırmasında basında öne çıkan gazeteler; Hürriyet, Milliyet ve Sabah oldu.
dı.
•Ceylan İnşaat 16. Spor Ödülleri töreninde, "Yılın Spor Kanalı" ödülüne TRT Spor, "Yılın Spor Gazetesi" ödülüne Fotomaç, "Yılın Spor Dergisi" ödülüne Fitbol dergisi layık görüldü.
Kaynak: MTM Medya Takip Merkezi

EN ÇOK REKLAM VEREN İLK 15 MARKA

No	Marka	Adet	Marka	Süre(sn)
1	Evkur AVM	6.193	Türk Telekom	144.239
2	Türk Telekom	4.733	Sur Yapı	50.530
3	Zen	3.106	Coca-Cola	47.648
4	Prima	2.657	Evkur AVM	46.367
5	So Chic	2.461	Yeşilay	45.713
6	A101 Süpermarket	1.922	Trivago	45.405
7	Etstur	1.846	Casper	44.897
8	Trivago	1.830	Vodafone	44.487
9	Coca-Cola	1.801	Prima	42.742
10	Nivea	1.522	Etstur	41.959
11	Casper	1.507	Molfix	36.302
12	Molfix	1.405	Turkcell	36.281
13	Sur Yapı	1.392	Yapı Kredi Bankası	34.568
14	Anı Tur	1.305	Zen	32.246
15	Knorr	1.302	Clear	30.075

MTM Medya Takip Merkezi'nin, 1 - 28 Ocak 2018 tarihlerinde, 13 TV kanalı üzerinden, yaptığı reklam ölçümleme sonuçlarına göre, en çok reklam veren ilk 15 marka listelenmiştir.

EN ÇOK REKLAM VEREN İLK 15 SEKTÖR

No	Sektör	Adet	Sektör	Süre(sn)
1	Gıda	26.531	Gıda	568.737
2	Ticaret	15.060	İletişim Teknolojileri	335.250
3	Kozmetik	13.358	Kozmetik	281.337
4	İletişim Teknolojiler	11.876	Kişisel Bakım	267.788
5	Kişisel Bakım	11.678	Ev Temizlik Ürünleri	254.183
6	Ev Temizlik Ürünleri	11.008	Ticaret	200.923
7	Takı/Mücevherat	7.112	İnşaat/Emlak	112.884
8	Turizm	5.202	Yayıncılık	110.091
9	Sağlık	4.995	Mobilya	101.998
10	İnşaat/Emlak	4.522	Finans	101.246
11	Mobilya	4.222	Turizm	96.868
12	Hizmet Sektörü	3.756	Sağlık	92.098
13	Tekstil / Deri	3.701	Siyaset/Politika	83.689
14	Yayıncılık	3.438	Takı/Mücevherat	83.033
15	Finans	3.129	Tekstil / Deri	73.632

MTM Medya Takip Merkezi'nin, 1 - 28 Ocak 2018 tarihlerinde, 13 TV kanalı üzerinden, yaptığı reklam ölçümle sonuçlarına göre, en çok reklam veren ilk 15 sektör listelenmiştir.

E-ticarette gelec

Me Consultancy Dijital Dönüşüm Danışmanı ve Me Consultancy Kurucusu Murat Erdör

Satın alma davranışlarımızı değiştiren e-ticaret, dijitalleşen dünyada ekonominin itici güçlerinden biri olmaya doğru adım adım ilerleyecek. Gelecekte her şey daha da hızlanacak, tüm cihazlar daha küçük, hafif ve taşınabilir hale gelecek ve tüm bu gelişmeler e-ticareti ve satın alma davranışlarımızı dönüştürecek.

Elvin Ekşioğlu / elvineksioglu@gmail.com

- E-ticaret gelecekte nasıl bir dönüşüm yaşayacak?

Satın alma davranışlarımızı değiştiren e-ticaret, dijitalleşen dünyada ekonominin itici güçlerinden biri olmaya doğru adım adım ilerleyecek. Gelecekte her şey daha da hızlanacak, tüm cihazlar daha küçük, hafif ve taşınabilir hale gelecek ve tüm bu gelişmeler e-ticareti ve satın alma davranışlarımızı dönüştürecek. Gelecekte her şey cep telefonları ve tabletlerden yapılacak. Akıllı cihazların kullanımı ve satışlarının artması ve hayatın vazgeçilmezleri arasındaki yerini almasına paralel olarak, mobil alışveriş de aynı şekilde artış gösterecek.

Yurtdışında "cross border e-commerce" olarak adlandırılan E-ihracat, e-ticaret yapan firmaların farklı ülkelerde de faaliyet göstermesi, faaliyet gösterdiği farklı ülkelerdeki potansiyel tüketicilere de dokunması anlamına geliyor. E-ihracata olan ilgi gelecek yıllarda artış gösterecek, birçok marka yurtdışına online ürün satmak için kargo, e-ticaret altyapısı, yazılım vb. noktalarında düzenlemelere, yenilemelere gidecek.

Geçmiş yıllarda insanlar ihtiyaç duydukları bir ürünü satın almak için mağazalara giderdi. Hala pek çok insan bu şekilde alışveriş yapmayı sürdürüyor. Ancak internet ve e-ticaretin yaygınlaşması bu alışveriş yöntemine alternatif durumda. Dünya her geçen gün hızlanıyor, tüketiciler her şeyi daha az zamanda ve enerjiyle almak için seçenekler arıyor. İnternetin bir tıklamayla milyonlarca seçenek sunabilmesi, önümüzdeki birkaç on yıl içinde mağazaya giderek alışveriş yapmayı, gündelik hayatın bir parçası olmaktan çok, merak uyandırıcı bir eski moda hobiye dönüştürecek.

- Gelecekte e-ticarette hangi yenilikler bizleri bekliyor?

Stoksuz satış olarak da ifade edilen ve son zamanların e-ticarette yükselen trendlerinden olan Dropshipping'e

ek...

rilen kararlar... Bunların yanı sıra her ay yeni bir gelişme, analiz, uygulama pazarlamayı ve dolayısıyla da e-ticareti dönüştürüyor. Artık alışveriş yapanlar her zamankinden daha farklı bir paradigmaya sahip. E-ticaret pazarlamacıları, içerik, promosyon teklifleri ve sosyal medyada hedefli reklamlar oluşturmanın yanı sıra gönderim bildirimleri, satın alma onayları ve durum güncellemeleri gibi anlık her ayrıntıyı da optimize edeceDiğer yandan ise, pazarlama çalışanlarının %78'i özel içeriği pazarlamanın geleceği ve her daim parçası olarak görüyor. Her alanda olduğu üzere doğru ve kişiselleştirilmiş içerik, e-ticaretin geleceğinde de önemli bir yere sahip olmayı sürdürecek.

ilgi daha da artacak. Stok tutmak yerine, ürünlerin tedarikçinin deposundan müşteriye ulaşmasını sağlayan Dropshipping modelini kullanarak e-ticaret yapacak kişi ve marka sayısı artış gösterecek. Kelime ile aramanın daha da gelişmiş hali olan "görselle arama", e-ticaretin yükselen trendlerinden biri olacak. Örneğin elinizde beğendiğiniz montun bir resmi varsa, dilediğiniz bir e-ticaret sitesine girerek, resmi bu e-ticaret sitesine yükselebileceksiniz. E-ticaret sitesi yüklediğiniz resme yakın tüm ürünleri ekranınızda size sunuyor olacak. 2020'ye doğru ise "ses" ile arama özelliği e-ticaret sitelerinde arama opsiyonu olarak karşımıza çıkacak. Sesli arama özelliğiyle istediğimiz ürünleri kolayca aratabileceğiz.

- E-ticaret gelişmeler pazarlama sektörünü nasıl etkileyecek?

E-ticarette pazarlama da daha ayrıntılı hale gelecek. Anlık satın alma kararları, sorunları hemen çözmek için verilen kararlar, yeni şeyler denemek için ve-

E-ticarette pazarlama da daha ayrıntılı hale gelecek.

Her şey bir tebessümle başlar
Tebessümünüzü tesadüflere bırakmayın
EksenCC
http://eksen.eksantrik.com
Tecrübe ve yaratıcılığın buluşma noktası.
Bir Ekşioğlu Medya Grup kuruluşudur.

sita
TANITIM
İLETİŞİM
YAYINCILIK

Sita İletişim'de markanız değerlidir...

Sita İletişim 1993 yılından beri tam ajan hizmeti vermeye devam ediyor.

- Reklam kampanyaları
- Reklam/tanıtım filmi yapımı
- Konsept oluşturma
- Etkinlik organizasyonu
- Fuar ve etkinlik için stant tasarımı
- Medya planlama ve satın alma

Tel: (0212) 274 85 75 info@sitailetisim.com www.sitailetisim.com

Nurgül Eryıldır Günay / *nurguleryildir@gmail.com*

(kelebeğin fırtınası)

Konuşalım Artık...

Lipton'un son reklam filmi sizce de çok dikkat çekici değil mi? İlk yayınladıkları uzun versiyonuyla hepimizi şaşırtıp vermek istedikleri mesajı çok net verdiler. Fokurdayan bir çaydanlık karşısında kalakaldık, birbirimize baktık. Son yıllarda neredeyse hepimiz sosyal medya bağımlısı olduk. Birbirimizle yüz yüzeyken konuşmayıp, internetten yazışıyor yorumlaşıyoruz... Biraz sanal ortamdan uzaklaşıp gerçek ortamlarda sosyalleşsek, komşularımıza günaydın desek, yolda bir tanıdığımızı görünce hızla uzaklaşmayıp halini hatrını sorsak hepimize iyi gelecek aslında. Hadi çaylar hazırsa konuşalım artık J

Son zamanlarda en çok dilime dolanan reklam müziği ise sanırım Jolly Tur'a ait. Çok akılda kalıcı olmuş tebrik ediyorum, günün her anı zihnimde "erken rezervasyon yaptım en iyi tatili ucuza kaptım" yankılanıyor. Henüz bir tatil planı yapıp birşey kapamamış olsam da bu fikri zihnimde canlı tuttuğu bir gerçek.İnsanı tatil planı yapmaya teşvik eden melodisi bence başarılı olmuş.

Melodi ve müzikten bahsedince Kelebek mobilyanın reklamını konuşmadan olmaz. Yılların markalarının eski günlerimize ait reklam müziklerini duymak o kadar keyifli ki. Kelebek mobilya kendi tasarımcısıyla ekranlara getirdiği bu yeni reklamında aslında dijital dünyanın hayatımıza kazandırdığı kolaylıklarla çok net, sade ve amaca yönelik reklam filmini başarılı bir şekilde kurgulamış. Koca koca evler yerine genele daha çok hitap edebilecek orta büyüklükteki bir dairenin mobilya yerleşimini göstermesi çok isabetli. Hepimizin elindeki tablet, touchpad uygulamalarını reklamla birleştiren, tasarımcısının anı yaşarken ihtiyacına göre çizip tanıttığı mobilyaları anlatan bu reklam filmi Kelebek mobilyayı tekrar gündeme getirdi diye düşünüyorum.

Gelelim teknoloji dünyasına...Türkiye'de, Türk mühendisleri tarafından tasarlanan ve geliştirilen ilk akıllı telefon, ilk 4K HD Kavisli TV, rekor seviyede tasarruf sağlayan teknolojiler ve daha fazlası. 8 Ar-Ge merkezi, yılda 170 milyondan fazla Ar-Ge yatırımı ile Vestel ülkemizin yerli üretim yapan firmaları arasında çok önemli bir yere sahip.

Ekranlarda sıkça rastladığımız V hep yeni konseptli reklamlarıyla teknoloji tutkunları için süper bir uygulama başlatmış. Satın aldığı son teknoloji ürününün kısa bir süre sonra raflardan hatta fiyat listelerinden bile kalkmasına tahammülü olmayan daha doğrusu yaptığı harcamadan canı yanan tüketiciler için taksitli yenilenebilir ürün satışı uygulaması dikkatlerden kaçmıyor. Bence teknoloji takipçilerini mutlu edeceğe benziyor.

Her ne kadar digital hayat, 4. sanayi devrimi, androidler gibi yakın gelecekteki dünyayı konuşuyor ve okuyor olsak da insanoğlu olarak ruhumuza olan dokunuşlara ihtiyacımız var. Reklamlarında güzel müzikleriyle hayatımıza renk katan reklam müziği yapımcılarına da kocaman bir alkış.

Bu sayıdaki yazımın hazırlığı için Burçin Üner ve Ahmet Üner'e sonsuz teşekkürler. İyi ki varsınız...

Ve son olarak şehit haberi almayacağımız, güzel bir dünya umuduyla herkese iyi bir şubat ayı diliyorum.

Dijital Reklam Yatırımları...

ABD'de Dijital Reklam Yatırımları 2017 İlk Yarı Büyüklüğü, Türkiye Toplam Reklamlarının 40 Katına Ulaştı

PwC ABD'nin hazırladığı rapora göre dijital reklam yatırımları 2017'nin ilk yarısında, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 23 büyüyerek 40,1 milyar dolara ulaştı. Raporda küçük ve orta ölçekli firmaların dijital reklam yatırımlarındaki artış dikkat çekiyor.

IAB (Interactive Advertising Bureau) ABD, PwC ABD tarafından hazırlanan IAB ABD Internet Reklam Yatırımları Raporu'nu açıkladı. Rapora göre, 2016'nın ilk yarısında 32,7 milyar dolar olan Dijital Reklam Yatırımları, 2017'nin ilk yarısında yüzde 23 artışla 40,1 milyar dolara ulaştı.

Mobil reklam yatırımları, toplam Dijital reklam yatırımlarının yüzde 54'ünü oluşturarak web'in öncü reklam platformu olmaya devam etti. Reklamverenler, 2017'nin ilk 6 ayında mobile 21,7 milyar dolar yatırım yaptı. 2016'nın ilk yarısında bu rakam 15,5 milyar dolar iken 2015 yılının aynı döneminde ise 8,2 milyar dolar idi.

Raporun ekinde yer alan çalışmada, ABD'deki yaklaşık 9 milyon küçük ve orta ölçekli işletmenin minimum yüzde 75'inin dijital reklam yatırımı yaptığı görülüyor. Bunların yüzde 80'lik bölümü self-servis platformları (Facebook, Twitter vb.), yüzde 15'i ise programatik satın almayı kullanıyor. Bu bulgular, reklam yatırımlarının önemli bir bölümünün, bu teknik özellikleri sağlayan yayıncılara gittiğini gösteriyor. Ayrıca self-servis platformların ve programatiğin bu işletmeler tarafından kullanılması önemli bir büyüme fırsatı doğuruyor.

Raporda öne çıkan diğer başlıklar şu şekilde:

• Mobil ve masaüstü de dâhil olmak üzere toplam Dijital Video reklam yatırımları 2016'nin ilk yarısında 3,8 milyar iken yüzde 36 artışla 5,2 milyar dolara ulaştı.

• Mobil Video, Masaüstü Video'yu ilk defa geride bırakarak 2,6 milyar dolara ulaştı. Display Video ise geçen yılla aynı seviyede seyretti.

• Sosyal medya reklamları 2016'nın ilk yarısında 7 milyar dolar iken yüzde 37 artışla 9.5 milyar dolara ulaştı.

• Mobil ve masaüstü de dahil olmak üzere toplam Dijital Ses Reklam Yatırımları 2016 ilk altı ayında 425 milyon dolar iken 2017'nin aynı döneminde yüzde 42 artışla 604 milyon dolara ulaştı.

Lay's'in Reklam Yüzü, Demet Evgar...

Lay's'in yeni marka yüzü sevilen oyuncu Demet Evgar oldu. Çok sevilen "Lüküs Hayat" şarkısı ilk kez Lay's'in reklam filminde kullanıldı. Lay's'in yeni reklam filminde rol alan Demet Evgar bu şarkının reklam filmine özel versiyonu "Çıtır Hayat"a sesiyle renk kattı. "Lay's ile Hayat Çıtırında" kampanyasının reklam filminin kamera arkası keyifli görüntülere sahne oldu.

"Lay's ile Hayat Çıtırında" reklam kampanyası, Titrifikir tarafından hazırlandı, prodüksiyonu Kala Film tarafında yapıldı ve reklam filminin yönetmen koltuğunda Cemal Alpan yer aldı.

Ünlü oyuncu Demet Evgar; "Lay's benim en sevdiğim atıştırmalıkların başında geliyor. Bu anlamda sevdiğim bir marka ile iş birliği yapmaktan dolayı mutluyum. Hem enerjik, hem dinamik, hem de eğlenceli bir reklam filmi oldu. Bu enerjinin izleyenlere de geçeceğine inanıyorum" dedi.

PepsiCo Türkiye Kıdemli Pazarlama Direktörü Evrim Şen ise konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Türkiye'nin farklı bölgelerinde çiftçilerle özenle yetiştirilmiş patateslerden üretilen Lay's, dünyanın en çok tercih edilen cipsi olarak öne çıkıyor. "Lay's ile Hayat Çıtırında" reklam filminde Demet Evgar'la çalışmak istememizin en büyük sebebi Demet Evgar'ın doğal ve eğlenceli kimliğinin yanı sıra Türkiye'nin en başarılı oyuncularından biri olması. Ayrıca son 2 yılda 10'un üzerinde reklam teklifi olmasına rağmen ilk defa Lay's reklamında "Lüküs Hayat" eserinin kullanılmasına izin veren Cemal Reşit Rey varislerine, editörü Median Müzik Edisyon'a ve Portal Rights Management'a teşekkür ederiz. Bu reklam filminin izleyiciler tarafından çok beğenileceğini düşünüyoruz."

Dijital Dönüşüm...

2018'de Fiziksel ile Dijital Arasındaki Sınırlar Ortadan Kalkıyor
Fiziksel mağazalar, dijital dönüşümden geçiyor, dijital ile fiziksel arasındaki sınırlar ortadan kalkıyor. Markaların, müşterileri ile iletişim kurmak için ortalama 9 kanala sahip olduğu günümüzde çoklu kanal stratejisi zorunluluk halini alıyor

RTB House, 2018 yılında tüm perakende sektörünü dönüştürecek e-ticaret trendlerini açıklıyor. Geçtiğimiz yıl öngörülen görüntüleme esaslı reklamlarda sohbet asistanları, web uygulamaları ve makine öğrenimi gibi kavramlar gitgide yaygınlaşırken, yapay zekâ (AI) ve artırılmış gerçeklik (AR) bu yıla damga vuracak.

Fiziksel mağazaların hala önemli olduğuna değinen RTB House Türkiye Ülke Müdürü Can Tunçer, "Perakende sektöründe fiziksel mağazalar önemli bir dijital dönüşümden geçiyor. Rekabete ayak uydurabilmek için, perakende satış mağazalarına sahip e-ticaret markalarının, fiziksel alanlarını dijital altyapılarıyla birleştirme eğilimi sergilemeleri gerekecek" dedi.

Ayrıca markaların artık müşterileri ile iletişim halinde oldukları ortalama 9 ayrı kanal olduğuna dikkat çeken Tunçer, "Bu stratejiyi en üst düzeye çıkarmak için, markalar tüm cihaz kategorilerini izleyerek her kanaldaki potansiyellerinin farkında olmalı. Dönüşüm, tıklama ya da diğer ölçütlerde reklam performansını takip etmek, gelecekteki çabalarda nerelere daha az ya da daha fazla bütçe ayrılacağı kararının verilmesine yardımcı olacak" diye konuştu.

Tunçer, 2018'de e-ticaret sektöründe karşımıza çıkacak 5 trendi şu şekilde sıraladı:

- Fizikselin gücü sürüyor. Katılımcılarının %62'sinin e-mağazalar yerine geleneksel mağazaları tercih ettiklerini belirtikleri RetailDive Müşteri Anketine göre, birçok perakende markasının müşterilerinin çoğunu hala çevrimdışı mağaza müşterileri oluşturuyor. E-Ticaret devi Amazon bir marketler zincirinin tamamını satın aldı ve tüm dünyada gezici mağazalar açtı. Bu yeni mağazalarında e-ticaret pazarlamacılarının fazlasıyla aşina oldukları kişiselleştirme teknikleri, makine öğrenimi ve veri toplama noktalarının aynıları kullanılıyor.

- Dijitalde arananlar, fizikselde bulunsun isteniyor. Tüm müşterilerin neredeyse yarısı, ziyaretlerinin daha verimli ve doğru olmasını sağlamak için bir şekilde önceki arama sonuçlarına çevrimdışı bir mağazadan erişmekten memnuniyet duyacaklarını belirtiyor.Regensburg Üniversitesi'nin çok kanallı dağıtım üzerine yaptığı araştırmaya göre, alışverişçilerin yüzde 80'i herhangi bir ürünü satın almadan önce internetten bilgi topluyor.Google Consumer Barometer'ın Türkiye'deki internet kullanıcılarının üzerinde yapılan araştırmasından çıkan sonuçlara göre, kullanıcıların yüzde 47'si araştırmalarını online kanallarda gerçekleştirdiğini ancak satın alma işlemini fiziksel mağazada tamamladığını belirtiyor.

- Çoklu kanal macerası şimdi başlıyor. Markaların müşteri ile iletişim kurmak için kullandıkları ortalama kanal sayısı dokuz olduğu için , çok kanallı bir yaklaşım daha önce hiç olmadığı kadar önemli bir hale geldi.Google'a göre, çevrimiçi alışveriş yapanların %85'i alım işlemine bir cihazda başlayıp işlemi başka bir cihazda tamamlıyor. Akıllı telefonlar, tabletler ve masaüstü ekranlar kullanıyoruz ve yakın gelecekte, belki de TV ekranlarımızı ve Sanal Gerçeklik gözlüklerimizi kullanacağız.

-Dijital asistanlar Y kuşağının günlük yaşamında.Y kuşağının neredeyse %40'ının her gün Siri, Amazon Alexa ya da Google Assistant'ı kullanıyor. Bu nedenle de Juniper Research 2021 yılına kadar, dijital asistanlara tüm dünyada her yıl 12 milyar Doların üzerinde para harcanacağını tahmin ediyor.

- Yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik gelişmeye devam edecek. Yapay zekânın önemi tüm endüstrilerde ortaya çıktı ve gelişmeye devam ediyor. Derin öğrenmeye dayalı veri güdümlü pazarlama, kullanıcının sepet değerinin dahi tahmin edilmesine yardımcı oluyor. Bununla birlikte, sanal gerçeklik ya da artırılmış gerçeklik gibi yeni ekranlar, insanların günlük yaşamının parçası haline gelmek için ilginç fırsatlar sunuyor. IKEA'nın mobilyaların dijital olarak odada görünmesini sağlayan uygulaması güzel bir örnek oluşturuyor.

Pazarlama dünyasında hızlı değişiklikler olduğuna ve dijital ekranın ötesine geçen yeni teknolojilerin kabul gördüğüne şahit oluyoruz. e-Ticaret sektörü perakende satış sektörü ile iç içe geçtikçe, platformlar arası çevrimdışı bağlanabilirlik olanağı sağlayan teknolojilerin de yaygınlaşması tahmin ediliyor.

Yeni Fenon

nen Cocosh Girl...

Selda Özgürdamar / Hasan Oral
CorviAccessories / Corviwood

Selda ve Hasan'la uluslararası bir outdoor macera oyunu olan Geocaching sayesinde tanıştım. Birkaç kez oyun toplantılarında buluştuk, sohbetler ettik. Geocaching oyunundaki yaratıcı, sıradışı fikirleri çok ilgimi çekmişti. Zamanla gördüm ki bu güzel çiftin yaratıcılıkları oyunla sınırlı değilmiş. Meğer içlerinde daha ne cevherler barındıyorlarmış. Tanıdıkça daha çok sevdim, şimdi sizlerle de tanıştırmak istiyorum.

Nurgül Eryıldır Günay / nurguleryildir@gmail.com

- Biraz kendinizden bahseder misiniz? Bugüne kadar neler yaptınız?

HASAN: İstanbul Erkek Lisesi, İTÜ ve Stuttgart Teknik Üniversitesinde okudum. Daha sonra Profesyonel Turist Rehberi olarak çalıştım. 1994 yılından beri de bir etkinlik organizasyon şirketi olan PX'in sahibiyim.

SELDA: İstanbul doğumluyum .İstanbul Üniversitesinde Sosyal Antropoloji okudum, bu bölümde bana bir çok şeyin yanı sıraaraştırma ve bilgiye ulaşma konusunda müthiş bir deneyim kazandıran tez yazma sürecim oldu, bu sürecin şu ana kadar olan hayatıma büyük katkıları olduğunu düşünüyorum.

Daha sonra lisansüstümü İ.Ü İşletme Fakültesi Personel Yönetimi ve Endüstri İlişkileri dalında yaptım. Okula devam ederken bir Holding'te Endüstri İlişkileri Departmanında işe başladım ve 1 yıl boyunca hem çalışıp hem Lisansüstü programını bitirdim. Bir yılın sonunda işten ayrılarak Londra'ya gittim. Yaklaşık 3 yıl kaldım. Dil eğitimi sonrasında sertifika eğitimi olan "Business Economics" okudum.

Türkiye'ye döndükten sonrabundan böyle sürekli içinde yer alacağım turizm sektöründe çalışmaya başladım .Arada sırf İngilizce yetmiyor deyip Almanya'ya bir dil eğitim kursuna gittim. 2 senenin sonunda İstanbul'daki bir iş olanağını değerlendirmek için geri döndüm ve Turizm'de benim için Acente dönemi başlamış oldu.

3 değişik acentede 10 yıl süre ile Incoming, Incentive, Kongre ile ilgili satış ve organizasyonişleri ve bol iş seyahati yaptım. 2003 yılından itibaren artık Hasan'la birlikte kendi firmamız PX 'te çalışmaya başladım. PX'desektördeki bir ihtiyacı tespit etmiştik.Hasan'ın ekstrem sporlar, takım çalışmaları tecrübesi ile benim incentiveseyahat tecrübemi kullanabileceğimiz ve her ikimizin de oyun oynama merakımızı da işimize yansıtabileceğimiz bir konsept oluşturduk. Çoğunlukla yurt dışından Türkiye'ye seyahat eden firmaların çalışanları için şehir macerası yaşatan temalı oyunlar kurgulayıp oynattık, bu kurguları yine firma çalışanları için eğitim formatları ile birleştirip sıra dışı

çalışmalar gerçekleştirdik. Eskisi kadar sık olmasa da halen devam ediyoruz. Ben 15 senedir Okay Temiz Ritim Atölyesindeyim. Afrika Davulu "Djembe" çalıyorum, konserlere çıkıyorum. Cumartesi günleri Şişli DownCafe'de Downlu öğrencilerime ritim dersi veriyorum. Geocaching yapıyorum ve seyahat ediyorum.

- Ahşapla uğraşmaya nasıl başladınız? Corvi nasıl doğdu?

SELDA: Benim dedem ve babam marangozdu, Kırklareli'nde dedemin marangozhanesi, İstanbul'da babamın marangozhanesi, evde babamın yaptığı mobilyalar ve onların hikayeleri. Çocukluğumdan beri şarkı söylüyorum gibi oldu ama böyle, talaş kokusu benim için en tanıdık kokulardan.

Babam doğrama ustası olduğu için hep büyük parçalarla çalışırdı, çok daha sonraları eğer babam küçük parçalı işler yapmış olsaydı belki ben de marangoz olurdum diye çok düşünmüşümdür. Seviyorum ahşabı.

Ama Corvi'yi asıl başlatan Hasan oldu. Yavaş yavaş evimizin alt katında ufak çaplı bir marangozhane oluşturdu ve benim çok sevdiğim talaş kokusu eve geldi. Önce Corviwood doğdu.

HASAN: Çocukluğumdan beri el işlerini hobi olarak yapmaktayım. Mühendislik eğitimim sayesinde de teknik becerilerim oluştu. Bunları kullanarak yine hobi olarak son dönemde bazı ahşap malzemeler yapmaya başladım. İnternette

Önce Corviwood doğdu.

gördüğüm ahşap takılar ilgimi çekince, o konuya yönlendim. Daha sonra bir arkadaşımın küçük kızı için geliştirip imal ettiğim çocuk merdiven-masası çok tutulunca özel çocuk mobilyaları konusuna da yöneldim. Ürünlere isim ararken de üretimi Kuzguncuk'ta yapmam nedeniyle kuzgun familyası adı olan Corvi'yi seçtim.

SELDA: CorviAccessories ise Hasan'ın ahşap yüzükler yapmaya başlamasından sonra oluştu. Ben epey zamandır takı işleri ile uğraşıyordum ama bu daha çok arkadaşlarıma eşe dosta hediye yapma seviyesindeydi. Yine de küçük çaplı bir atölyem vardı. Zeytin ağacından ahşapların işlendikten sonra muhteşem görüntüleri ve dokunduğunda verdiği hazza daha fazla kayıtsız kalamazdım. Her parçada ahşap kolyeler, bileklik, küpeler görüyordum.

- Tasarımlarınızın hikayesi var mı?

SELDA: Zeytin ağacı çok büyülü bir ağaç, o kadar bereketli ki, her şeyi ile o kadar güzel ki. Ahşabının kendinden desenleri, doğal olarak oluşan çatlaklar sana kendini sunuyor zaten. Ahşap parçaların başında onlara bakarak epey bir zaman geçiriyorum ve o güzelliği en iyi yansıtırımı bulmaya çalışıyorum.

HASAN: CorviMLT'yi (Corvi Multi LadderTable) bir arkadaşımın kızı için yaptım ilk olarak. Pedagog olan annesi ile de görüşüp ihtiyaç duyulanları ve uluslar arası çocuk güvenlik standartlarını birleştirip merdiven-masayı ürettim. Kızın adını da ürüne verdim [M (Em) L (el) T (Table)]

- En çok hangi materyalleri kullanıyorsunuz?

Zeytin ağacından ahşap, doğal taşlar, pirinç üzeri gümüş kaplama metal ve gümüş.

- Tasarımlarınızı hayata geçirirken zeytin ağacını tercih etmenizin özel bir nedeni var mı?

Zeytin ağacını tercih etmemizin en önemli nedeni onun ahşabında kendinden var olan sanat. Yazları uzun süre Ayvalık'ta kalıyoruz. Kendimizin de bir kaç tane zeytin ağacı var. Bu ağaca hayranız, ektikten hemen 1 yıl sonra meyve vermeye başlar, o kadar bereketlidir. Kışınbudamalardan sonra o parçalara ulaşma imkanımızın olması avantajımız. Ayrıca setliği ve yapısı nedeniyle hem işlenmeye uygun, hem de dokununca verdiği his çok güzel.

- Son dönemde yeni bir fenomen yarattınız: Cocosh Girl. Bu fikir nasıl oluştu?

SELDA: Ahşabın motivasyonu sayesinde başka materyaller kullanarak takı ve aksesuarlar da yapmaya başladım. Tabii olarak çok fazla bakıyorum, araştırıyorum.Tahtakale'de zaman geçiriyo-

rum. İnternette bir gün gezinirken giydirilmiş metal kolu bacağı olan ve de bir yüzü olan bir anahtarlık gördüm, ilgimi çekti. Sonra araştırmaya başladım ve giydirilmiş bir kaç kolye örneğine de rastladım, bir Fransız kadın yapıyordu. Sonra Tahtakale'ye gittim her yeri dolaştım benzer bir şey var mı malzemeleri bulabilir miyim. Hayır yoktu. Tekrar bilgisayar başına oturdum ve malzemelere ulaştım, ısmarladım ve bir müddet sonra küçük metal iskeletler masamdaydı. İlk CocoshGirl'in ilk kıyafetini, benim çok kokoş bulduğumdan elbisemden kestiğim bir fırfır detayından diktim ve haliyle çok kokoş oldu. Böylece Cocosh Girl ismi de oluştu. İçimdeki kokoş ortaya çıktı, kendimde olduramadığım kıyafetleri CocoshGirl'lerde olduruyorum ve çok hoşuma gidiyor.

-Cocosh'ların kıyafetleri de çok konuşuluyor. Gerçekten adına yakışır bir kokoşluk, şıklık içinde. CocoshGirl'ü ünlü bir modacının giydirmesini isteseydin, kıyafetleri kimin tasarlamasını isterdin?

Bahar Korçan'ın tasarlamasını isterdim.

-Takı dışında farklı alanlarda da tasarımlarınız var mı? Neler yapıyorsunuz?

HASAN: Sıra dışı, Montessori felsefesine uygun çocuk mobilyaları da yapıyorum. Az önce bahsettiğim CorviMLT bunlardan biri.

- Biraz bu CorviMLT'den bahseder misin? Hangi yaş grubu için, ne gibi özellikleri var?

HASAN: CorviMLT hem bir merdiven, hem de çocuk masası. 1,5-5 yaş arası için uygun. Merdiven olarak aslında Öğrenme Kulesi olarak da adlandırılıyor. Anne/baba mesela mutfak tezgahında iş yaparken, çocuğun da yanlarında tezgaha yetişip, yemek yapımına katılması için düşünüldü. Yani hayatta yapılanlara katılımcı eğitim denebilir. Montessori felsefesi bunu belirtiyor, çocukların ev süreçlerine katılmalarını. Bu merdiven mutfak veya banyoda kullanılmadığında da katlanıp, çocuk masası olarak mesela resim yaparken kullanılabiliyor. Ayrıca bazı modellerinin yanındaki kara tahta resim yapma, çiziktirme gibi etkinliklere de fırsat veriyor.

Cocosh'ların yakında serileri de çıkabilir diye düşünüyorum. Cocosh Tatilde, Cocosh Okulda, Cocosh Ofiste gibi…

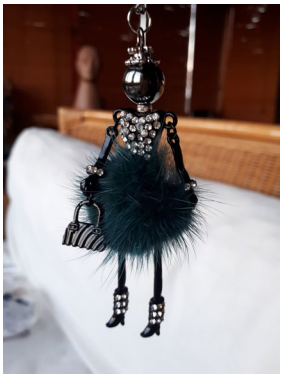
- Tasarladığınız ürünleri beğenenler, satın alanlar arttıkça neler hissediyorsunuz?

SELDA: Yıllarca hizmet ve fikir sattım, madde olarak elle tutulur bir şey değildi, ama insanlarla buluştuğu an en mutlu olduğum anlardı. Şimdi elimde dokunduğum parçalarla uğraşıyorum, değişik bir yolculuk benim için. Hepsine tek tek bağlanıyorum ve yine sahipleriyle buluştukları anlar benim için çok mutlu anlar.

- Sevgililer günü yaklaşıyor. Sevgilisine zeytin ağacının büyüsünü hediye etmek isteyenler tasarımlarınıza nerelerden ulaşabilirler?

Facebook, Instagram sayfalarımız var. Ayrıca web sayfamızdan da ürünler incelenip, sipariş verilebilir. Genellikle üretimi sipariş üzerine yapıyoruz.

Ahşap ürünler için:
https://www.facebook.com/corviwood/
https://corviwood.site123.me/
Takılar ve diğer aksesuarlar için
https://corviaccessories.site123.me/
https://cocoshgirls.site123.me/
https://www.facebook.com/CorviAccessories
https://www.facebook.com/CocoshGirls
Instagram : cocosh_girls



Instagram:CorviAccessories_by_sldzgrdmr

Selda ve Hasan'ın ahşap takı tasarımlarında en çok ilgimi çeken, kolye ya da yüzük, satın aldığınız takının tek olması. Benzeri var ama aynısı yok. Zeytin ağacının teninize değmesiyle kişiye özel bir enerjiyi açığa çıkarıp pozitif bir etki yaratıyor. En azından bende öyle oldu. Bence siz de bu güzel kolyelerden bir tane edinin, zeytin ağacının saf enerjisiyle teninizi buluşturun. Demedi demeyin, deneyin:)

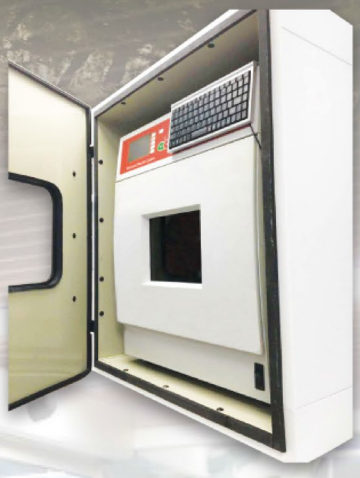
Cocosh Girl ayrı bir olay. Yakında Coconshkoleksiyonerleri oluşursa hiç şaşmam.

TLC®

SES / ISI İZOLASYON KABİNLERİ

JCC 7001
JENERATÖR VE
CHILLER KABİNİ

VPC 7002
VAKUM POMPASI
KABİNİ



MC 7011
MİKRODALGA KABİNİ

UBC 7007
ULTRASONİK
BANYO KABİNİ

MSB 7010
MS CİHAZLARI İÇİN
İZOLASYON
KABİNLİ TEZGAH

KABİNLER VE TEZGAHLAR KULLANIM ALANLARINA UYGUN ÖZEL ÖLÇÜLERDE ÜRETİLİR.
VAKUM POMPASI VE ULTRASONİK BANYO KABİNLERİ İÇİN İKİLİ MODELLER DE ÜRETİLMEKTEDİR.
ÜRETİCİ FİRMA OLARAK TÜM ÜRÜNLERİMİZ 3 YIL GARANTİ KAPSAMIMIZDADIR.

www.heptagrup.com

hepta grup

Kübra Nebioglu / *nebioglukubra@gmail.com*

(satır ayracı)

Asi Kadınlar...

Geçtiğimiz günlerde bir kitap aldırdım eşime güzel bir Beşiktaş akşamında Minoa'ya uğradığımızda. Bir de hediye paketi yaptırdım yetmezmiş gibi. Pazar günü kahvaltıdan sonra bir heyecanla hediyemi açtım üstelik ve çok güzel bir yolculuğa çıkarttım kendimi. Kitabın ismi Kadın Savaşçılar. Dünyayı değiştiren 26 asi kadını anlatıyor. İskenderiyeli Hypatia'dan başlayan hikaye Malala Yousafzai ile sonlanıyor.

Kendi adıma söyleyebilirim ki hiçbir zaman çok büyük hedeflerim olmadı. Dünyayı yerinden oynatmak istemedim. Ortalama bir hayatım, bolca melankolim, inişli çıkışlı ruh halim, bolca sevgim oldu çantamda hep. Mutlu olmak, ortalama olmak belki de benim kendimi koruma şeklimdi korktuğum herşeyden. Bu kitabın sayfalarını her çevirdiğimde ve bu sayede her tanıdığım asi ile bir defa daha gücümüzü, dünyamızı ve yapabileceklerimizi keşfetmeye başladım. Sonra çevreme baktıkça gördüğüm, okuduğum ve izlediğim herşeyin kadınların bu yönünü keşfetmeleri üzerine kurulu olduğunu görmeye başladım. Bir düşünün, son 1 yıldır karşımıza çıkan tüm mesajlar içimizdeki gücün sınırlarının olmadığı üzerine.

Filmler, diziler, oyunlar, şarkılar, kitaplar ve daha birçok şey kadınların içindeki gücü keşfetmelerini, ruhlarındaki savaşçıyı artık uyandırmalarını, mutluluklarının peşinden gitmelerini ve gerekiyorsa savaşmalarını söylüyor.

Belki de bu durum uzun zamandır var ama benim farketmemin zamanı yeni gelmiştir diye düşünüyorum. Şimdilerde kendi savaşımın stratejesini hazırlıyorum. Kendi yazdığım bir hikayeyi oynamak istiyorum hayatta. Daha hikayeyi yazmaya başlamadım, ama hızlı bir giriş yapacağımı biliyorum.

Sahneye çıkmak için sıramı aldım. Bu esnada hayatta kendi hikayesini yazan ve yaşayan kadınları dinlemek bana keyif veriyor. Beni yönlendirin sevgili arkadaşlarım. Bana hikayeler anlatın, yazın, okumak için tavsiyeler verin. Hikayemi zenginleştirmeme yardım edin. Önerilerinizi bekliyorum.

Sevgiler...

Güzellik detaylarda gizlidir

Doğayı paylaşın ki insanlık yaşasın

Eksantrik
Prodüksiyon Express
Post-Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com

Büyük, küçük iş yoktur.
Her iş önemlidir.

Bir ***Ekşioğlu Medya Grup*** kuruluşudur.

Sek İyililkle Büyütür...

“SEK İyilikle Büyütür” mottosu çerçevesinde çocukların hem fiziksel hem de sosyal gelişimini destekleyenSEK, EuroLeague’in İyilikle Besleyen Sponsoru olarak, çocukların sağlıklı gelişimi için spora desteğini sürdürüyor. SEK yeni reklam filminde sütün fiziksel büyümeye olan katkısını vurgularken, bir an önce büyümek isteyen çocukları EuroLeague’in yıldızlarıyla aynı sahaya çıkarıyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: SEK
Reklamın Başlığı: SEK İyilikle Büyütür
Reklamveren Yetkilileri: Mehmet Refik Öner, Burcu Özbakır Tül, Elif Eskin, Şule Bülbülkaya, Gizem Özdemir
Reklam Ajansı: MullenLowe İstanbul
Prodüksiyon Şirketi: Hacıyatmaz
Yönetmen: Ahmet Uygun
Müzik: Jingle House
Post Prodüksiyon: ABT
Medya Ajansı: Mindshare
Kullanılan Mecralar: TV, radyo, dijital, mağaza içi

AGT'nin Yeni Reklam Filmi...

AGT'nin Concept Parke koleksiyonunu tanıttığı yeni reklam filmi yayına girdi. "Yenilik İsteyene" sloganıyla hazırlanan reklam filminde, küçük bir bebeği olan annenin gözünden Concept Parke serisinin çizilmeye karşı dayanıklılık, leke tutmama ve kolay temizlenebilme özelliği vurgulanıyor

Kampanya Künyesi
Reklamveren: AGT
Reklamveren Yetkilisi: Şirzat Subaşı, Özge Sipahioğlu, Burak Görpe, Tolga Dumrul, Elif Özlü, Efe Suyek
Reklam Ajansı : Muhabbet
Kreatif Direktörler : Emrah Karpuzcu, Kenan Ünsal
Yaratıcı Ekip: Burak Kunduracıoğlu, Selin Uğur, Roksan Sarıoğlu, Ahmet Faruk Kaval
Stratejik Planlama : Sedcan Altundal
Ajans Prodüktörü: Levent Köstepen
Müşteri İlişkileri: Türkü Yaka
Prodüksiyon Şirketi: Tesla Film
Yönetmen: Kenan Ünsal
Müzik: Gaip'ten Sesler

#anıbiriktir...

#anıbiriktir ile geçtiğimiz yılın en çok konuşulan kampanyalarından birine imza atan Türkiye'nin en sevilen deterjan markası OMO, aynı kampanyaya bu yıl da "çocukla çocuk ol" çağrısı ve yepyeni bir reklam filmi ile devam ediyor.
Çekimleri İstanbul'da gerçekleştirilen ve 3 gün süren reklam filmi, Point of View tekniği ile hazırlandı ve iki farklı dönemi temsil edecek şekilde renklendirildi. Reklam filmi TV ve dijital platformlarda yer alacak

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Unilever
ReklamverenYetkilisi: Unilever - OMO
Reklam Ajansı: MullenLowe İstanbul
Yapım Şirketi: Depo
Yönetmen: JonasArnby
Medya Planlama: Mindshare
PR Ajansı: Sobraz

Doyana Doymayana Popkek...

Eti Popkek, “Doyana Doymayana Popkek” reklam müziğine doyamayanlar için şarkının devamını Eypio ile hazırladı.
Eti Popkek, reklam müziğine doyamayanların sesini duydu ve şarkının devamını gençler tarafından çok sevilen, şarkıları milyonlar tarafından izlenen ve son zamanların en popüler isimlerinden olan Eypio ile hazırladı. “Doyana Doymayana Popkek” şarkısının uzun versiyon klibi de daha önce şarkıyı beğenen ve devamını isteyen Eti Popkekseverler ile birlikte çekildi.

Kampanya Künyesi
Reklam ajansı: Youthworks
Reklamveren: Eti
Reklamveren yetkilisi: Zübeyde Erce Özmen, Didem Usluer Özel, Duygu Bakar, Meltem Öğüt
Ürün: Eti popkek
Ajans başkan: Serhat Gürcü
Yaratıcı ekip: Yağız Patan, Kasım Koç, Gizem Oktay
Müşteri ilişkileri: Eray Olguner, İrem Pusal
Stratejik planlama: Mert Soyal
Yapımevi - yönetmen: Vana film- Sinan Uçkan

Balparmak’tan Yeni Reklam Filmleri...

Balparmak, Apitera serisinde yer alan Zen’in ardından serinin yeni ürünleri Up ve Mind için de yeni reklam filmlerine imza attı.

Kampanya Künyesi
Reklamın Başlığı: Balparmak Apitera
Reklamveren: Altıparmak Gıda
Reklamveren Temsilcisi: Pınar Nokay, Cemil Hayri Durgun, Demet Umezu, Ayça Zengin Sarı
Reklam Ajansı: Alametifarika
Kreatif Direktör: Odisseas Sevsevme,
Ozan Özüm Özbey
Yaratıcı Grup: Caner Apaydın, Ümit Şentürk, Vehbi Bozdağ
Müşteri İlişkileri: Berfu Ayaksız
Stratejik Planlama: Seren Pala
Ajans prodüktörü: Teğin Polat
Prodüksiyon Şirketi: Ter Film
Yönetmen: Serdar Erener
Görüntü Yönetmeni: Jerome Nouvelle
Post Prodüksiyon: Filmişleri

#bidamakgüzellik...

Nestlé'nin #bidamakgüzellik yapmaya davet ettiği duygusal reklam filmi üç kısa hikayeden oluşuyor. İlk sahnede, yurtdışında özlemini çekeceğini düşünerek kızının cebine bir paket Damak bırakan düşünceli babanın kızına o an yaşattığı mutluluk anlatılıyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Nestlé
Genel Müdür: Özgür Karakaş
Pazarlama Müdürü: Başak Çayhan
Marka Müdürleri: Aslı Aşkın, Ömer Kağan Ural
Ajans: Manajans JWT İstanbul
Ajans Başkanı: Tuğbay Bilbay
Yaratıcı Yönetmen: Kaan Ertüz
Yaratıcı Ekip: Eray Hökelek, Baran Güneş, Gamze Yıldız, Semih Türkmen, Batın Küçükdoğan, Tuna Ersöz, Ahmet Kök
Stratejik Planlama Direktörü: Berkant Avcı
Müşteri İlişkileri: Leslie Krespin, Setenay Ergin, Alanur Akyıldız, Elif Günday, Ayşenaz Altınöz
Prodüksiyon: Ahmet Bayık, Çağrı Erdoğan, Zeynep Türkmen
Yapım Şirketi: PTOT
Yönetmen: Ozan Açıktan
Medya ajansı: MindshareTürkiye

Çık Dışarıya...

Doğuş Grubu şirketlerinden Pozitif ve Doğuş Müşteri Sistemleri'nin ortaklığıyla kurulan Mobilet, "Çık dışarıya" mottosuyla Manajans J. Walter Thompson tarafından hazırlanan tamamı Sırbistan'da çekilen reklam filmi, eğlenceli ve hareketli senaryosuyla dikkat çekiyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: MOBİLET
Reklamveren Temsilcileri: Karaoğlan Taşçı, Ayşegül Şamiloğlu, Melodi Sıhmantepe

Reklam Ajansı: Manajans J. Walter Thompson
Ajans Başkanı & CEO-CCO: Tuğbay Bilbay
Yaratıcı Yönetmen: Sami Basut
Yaratıcı Ekip: Doğu Göçük, Aytaç Şahin, Ecem Yurdagül, Yiğit Durdağ, Cengiz Önal
Müşteri İlişkileri: Fulya Özari, Sibel Sezgin, Yasemin İpekçi
Stratejik Planlama: Ege Demirtaş, Elif Bozovalı
Ajans Prodüktörleri: Ahmet Bayık, Çağrı Erdoğan, Zeynep Türkmen
Yönetmen: Serdar Dönmez

FullCharger Teknik Filmi...

FullCharger'ın teknik filmi, Eksantrik Prodüksiyon tarafından gerçekleştirildi.

Elektrikli otomobil şarj istasyonları konusunda Türkiye'nin en geniş ağına sahip olan FullCharger'ın teknik uyugulamalarında referans olması için titiz bir çalışmayla hazırlanan film, bir istasyonun oluşturulma sürecini adım adım ele alıyor.

FullCharger tarafından oldukça beğenilen film, sadece Türkiye'de değil, FullCharger'in faaliyet gösterdiği tüm ülkelerde teknik bir referans olarak kullanılacak.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: FullCharger
Prodüksiyon Şirketi: Eksantrik Prodüksiyon
Yönetmen: Abdullah Ekşioğlu
Yapımcı: Elvin Ekşioğlu
Post-Prodüksiyon: Eksantrik-Express

Logo Yazılım'ın yeni reklam filmi...

Logo Yazılım'ın "Geleceği Yazıyoruz" sloganıyla hazırlanan yeni reklam filmi yayına girdi. Logo Yazılım yeni kampanyasında her sektörün ritmi, KOBİ'den holdinge her şirketin temposu ve 1 milyonu aşkın kullanıcının sesi olarak 34 yıldır güvenle ürünler geliştirdiğini vurguluyor. Logo, ekosistemindeki herkesin ortak paydası "klavye"yi ritmik bir melodi eşliğinde sahiplenerek birliktelik mesajı veriyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Logo Yazılım
Reklamveren Marka Ekibi: Yiğit Çallı, Sinem Zengingelebi, Petek Özkan
Reklam Ajansı: Reklam Merkezi
Yaratıcı Ekip: Hüseyin Ekinciler, Duygu Özcan, Tunç Şardağ
Marka Ekibi: Yiğit Sal, Didem Erim, Cansu Baturlar
Yapım: Imagine Production
Mecra: Televizyon, radyo, sinema, açıkhava, dijital

Gelecek Senin...

PUMA, FUTURE 18.1 kramponları için “Gelecek Senin” mottosu ile çektiği yeni reklam filmi kapsamında Atletico Madrid’de başarılı bir oyun sergileyen Antoine Griezmannile biraraya geldi.
Sevilen futbolcu Griezmann’ın mükemmel performansında PUMA FUTURE 18.1 büyük önem taşıyor. Mükemmeliyete koşarak kendi geleceğini kendisi yaratan Griezmann,ödüllü yönetmen Ryan Staake’in çektiği reklam filminde enerjisi iledikkat çekiyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: PUMA
Yönetmen: Ryan Staake
Styling: Claudia Martin
KreatifDirektör: Eduardo Marques
Koreografi: Ryan Lee

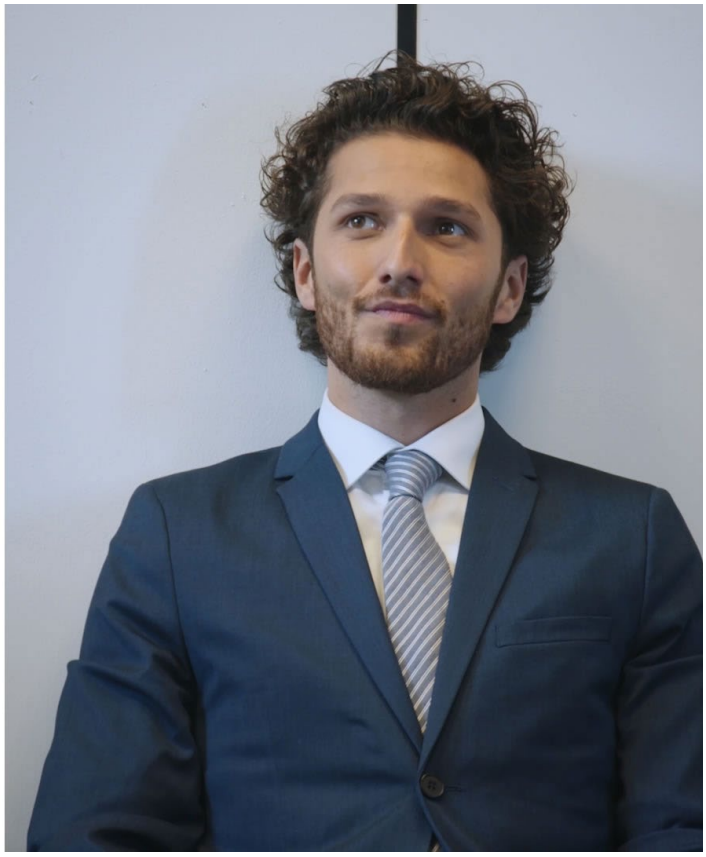
Bu Dünya Bizim Memleket...

Reklamveren Temsilcileri: Erkal Özürün, Serdar Işık, Mahmut Altınöz
Ajans: Havas İstanbul
Kreatif Direktör: Ergin Binyıldız
Kreatif Ekip: Ahmet Sefer, Sezgin Rızaoğlu, Benan Aka Öztürk, Betül Saykan, Neslihan Arslan
Müşteri İlişkileri Ekibi: *Sibel Yeşileker, Esra Akbaş*
Prodüksiyon Şirketi: Kala Film
Yönetmen: Serter Tırmık
Görüntü Yönetmeni: Muko Tırmık

Petlas, yeni reklam filmiyle yalnızca Türkiye’nin değil dünyanın da tercihi olduğunu vurguluyor.
Petlas, yeni reklam filminde dünyanın dört bir yanında memleketinin adını gururla duyurduğuna değiniyor. Satışı, Peru’dan Mısır’a, Norveç’ten Tayvan’a hatta sektörün en zorlu ismi Amerika’ya kadar uzanan Petlas, gücünü memleketinden aldığını vurucu bir şekilde gösteriyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Petlas

Mentos,Tazele Kendini...



Mentos'un,bonbon şekerleme formundaki yepyeni ürünü Mentos LIıve Free'nin dijital reklam kampanyası yayına girdi. Reklam filminde, az sonra girecekleri iş görüşmesinin gerginliğiniyaşayan kişilerin, MENTOS LIVE FREE ile yaşadıkları tazelenme hissi konu ediliyor.Olacaklardan habersiz bir şekilde bekleme salonunda oturan adayların, Mentos Live Free yedikten sonra rahatlatıcı bir dünyaya girdiklerini görüyoruz.

Kampanya Künyesi
Kampanya Adı: Mentos Live Free
Kampanya Sloganı: Mentos Live Free TazeleKendini!
Kullanılan Mecralar:Dijital
ReklamVeren: Perfetti Van MelleTürkiye
ReklamVerenTemsilcileri:
Davide Campi - PVM Türkiye Pazarlama Direktörü
Melike Yıldırım - Şeker Kategorisi Grup Ürün Müdürü
Erdi Özmen - DijitalPazarlamaUzmanı
ReklamAjansı:Havas Lemz, Amsterdam

Falım'dan yeni reklam filmi...

Reklam filmleriyle yıllardır yüzleri güldüren Türkiye'nin diş dostu**, şekersiz sakızı Falım, yepyeni reklam filmiyle ekranlarda. Falım bu kez "Ferhat'ını arayan Şirin"in hikayesini esprili bir şekilde anlatıyor.
Falım'ın yeni reklam filmi, "Aç bi' Falım rahatla, neler olur bak hayatta!" sloganıyla sürdürdüğü umut dolu, pozitif ve eğlenceli marka duruşunu güçlendirmeye devam ediyor.

Kampanya Künyesi
Reklamın Başlığı: Falım – Ferhat
Reklamveren: Mondelēz International Türkiye
Reklamveren Temsilcisi: Doğuş Kezer, Zümrüt Bakkal, Beyza Zaimoğlu, Cansu Aydoğmuş
Reklam Ajansı: Alametifarika
Kreatif Direktör: Ozan Özüm Özbey, Odisseas Sevsevme
Yaratıcı Grup: Burçin Perçin, Doğuş Kozal, Çağlar Kurtaran, Ali Can Savaş
Müşteri İlişkileri: Duygu Yılmaz, Müge Bürge
Stratejik Planlama: Seren Pala, Berra Katlav, Melis Güçbilmez
Prodüksiyon: Övgü Akgürgen, Teğin Polat, Merve Haklı
Prodüksiyon Şirketi: 25 Film
Yönetmen: Abdülbaki Yavuz
Görüntü yönetmeni: Tolga Kutlar
Post Prodüksiyon: Filimişleri
Medya Ajansı: Starcom

Amste
BOLS

rdam'da yılbaşı....

Henüz yılın ortasındayken, yılbaşında ne yapsak diye konuşmaya başladık. İnsan gezenti olunca, tatil planı yapmak bile mutlu ediyor insanı. Ağustos ayında, yılbaşı için Amsterdam' a gitmeye karar verdik ve uçak biletlerini aldık. Erken bilet almak her zaman avantajlı. Uçak biletlerinden sonra da otel rezervasyonu hallettik.

Fotoğraflar ve yazı Seval Duban / *seval@sevalduban.com*

Henüz yılın ortasındayken, yılbaşında ne yapsak diye konuşmaya başladık. İnsan gezenti olunca, tatil planı yapmak bile mutlu ediyor insanı. Ağustos ayında, yılbaşı için Amsterdam'a gitmeye karar verdik ve uçak biletlerini aldık. Erken bilet almak her zaman avantajlı. Uçak biletlerinden sonra da otel rezervasyonu hallettik. Tabiisi de o da avantajlı erken alınca. Ancak biz şöyle bir sıkıntı çektik, ulaşım. Kaldığımız otel Park Inn by Radisson. Havaalnına yakın ancak sadece shuttle var. Shuttle ile havaalanına gidip, oradan tren ile şehir merkezine gidiliyor. Geç saatler her ikisi de seyrek olunca, ulaşım sıkıntı oluyor. O yüzden imkanınız varsa şehir merkezinde kalmanızı öneririm.

Hatta konaklamak için bence en doğru yer; Rembrandtplein (Rembrandt Square) yani Rembrandt Meydanı ve çevresi.

29 Aralık Cuma sabahı, Atatürk Havaalanı' nda kalkan 08:45 uçağı ile Amsterdam' a doğru yola çıktık. Uçakta, Ata Demirer'in Olanlar Oldu filmini izleyip, yolculuğu da eğlenceli hale getirdim :)

4 saate yakın bir uçuştan sonra Amsterdam'a vardık. Havaalanı pasaport kontrol kısmında çok sıra olduğu için fazla oyalanmadan sıraya girdik. Neyse ki çok beklemeden ülkeye giriş yaptık. Pasaport kontrole girerken, yanınızda otel rezervason bilgisi ve geri dönüş uçak biletinizi hazır tutmanızı öneririm.

Pasaport kontrolden geçtikten sonra da otele gitmek için shuttle beklemeye koyulduk. Havaalanın, B çıkış kapısının olduğu yerde bir durak var. Otellere giden tüm shuttle'ler orada durup yolcu alıyor.

Havaalanından şehir merkezine gitmek için ise tren kullanılıyor. Tek gidiş dönüş tren bileti fiyatı 9 euro. Bir de Travel Ticket diye bir şey var. Günlük 16 euro, 2 günlük 21 euro, 3 günlük ise 26 euro. Eğer otobüs, tramvay ve tren kullacaksanız bu biletlerden almanı çok daha ekonomik. Yalnız bu fiyatlarını verdiğim Travel Ticket sadece Amsterdam'ın içinde geçiyor. Onu farklı bölgelerde, örneğin Zaandam, Volendam vs gibi yerlerde kullanamıyorsunuz.

Otele vardıktan sonra resepsiyonda giriş işlemlerimizi yaptırdık. Otel konaklama ücreti haricinde oda başına (2 kişilik odalar) 12 euro şehir vergisi alıyor, oteller. Ayrıca 50 euro da deposit alıyorlar. Odalarda hiç bir şey yok. Dolap yok, terlik yok, içme suyu yok vs vs. O yüzden giderken yanınızda terlik götürmeyi unutmayın. Deposit alınan 50 euroyu, çıkışta (eğer bir şeyi kırıp dökmediyeseniz, ya da aşırmadıysanız) geri veriyorlar. Hesap kitap işlerini hallettikten sonra odalara çıkıp eşyaları bıraktık ve şehir merkezine gitmek üzere trene

bindik. Trenlerde first class ve economy class var. Yanlışlıkla first class'a binerseniz, görevli gelip sizi dürtüklüyor. Kalkmazsanız da başınızda bekliyor. Kısa bir yolculuğun ardından şehir merkezine varıyoruz.

Şehir merkezine vardığımızda hava yağmurluydu ancak ona rağmen sokaklar çok kalabalıktı. Bir uyarı daha; yağmurlu havada Amsterdam' da dolaşacaksanız, şemsiye değil yağmurluğu tercih edin:) Biz de yağmura rağmen Damrak'ta yürüyerek etrafa bakındık. Yürüyüşün ardından biraz dinlenmek ve yemek yemek için mekan bakındık. Bu bölgedeki mekanları çoğunluğu küçücük olduğu için kalabalık grup olarak yer bulmak çok zor. Biz mekanlara baka baka ilerlerken Grizzly American Restaurant diye bir yer bulduk ve hemen daldık içeri.

Grizzly American Restaurant'ın menüsü burger ağırlıklı. Arkadaşlar burger söyledi ben de somon ızgara (sağlıklı besleniyorum ya, ondan sebep). Heineken'in memleketinde olduğumuz için de hepimiz Heineken söyledik. Bir uyarı da buna; draft biraları çok kötü, sulu gibi. O yüzden şişeyi tercih edin. Mekanın yemekleri genel olarak çok lezzetli. Bira kötü olunca biz de şarap içmeyi tercih. Şaraplarını tavsiye ederim. Sinan arkadaşım da Blind Pig adında blueberry'li bira tercih etti. O da çok nefis bişey, tavsiye ederim. Yemek yiyip uzun bir süre ısındıktan sonra tekrar sokağa çıktık. Mağazalar göz atıp, çay kahve işini de gördükten sonra otele geri döndük.

Heineken'in memleketinde olduğumuz için de hepimiz Heineken söyledik. Bir uyarı da buna; draft biraları çok kötü.

Ertesi gün ki planımız Groningen. Gitmeden önce Enterprise Rent-A-Car' dan araba kiralamıştık. 9 kişi olduğumuz için 2 tane araç kiraladık. Araçlar yaklaşık olarak 600 TL tutuyor. Yakıt ekstra. Şansımıza kiraladığımız araçlar çok güzel denk geldi; Mazda CX5. Hemen araçlara atlayıp yola koyulduk.

İlk rotamız, Groningen. Schipol Havaalanından, Groningen 200 km uzaklıkta. Navigasyonu açıp yola çıktık. Sabah kahvaltısı etmediğimiz için yol üzerinde bir yerde durup sandviç tarzı bir şeyler aldık. Otoban üzerinde sandviç tarzı şeyler satan minik dükkanlar var ancak oralarda nakit geçmiyor, kredi kartı

kullanmak zorundasınız. Aklınızda bulunsun. Sandviçlerimizi yiyip kahvemizi içtikten sonra tekrar yola koyulduk. Groningen'e vardığımızda yağmur hala dinmemişti, o yüzden gezi pek eğlenceli olmadı :(

Aynı adlı ilin merkezi olan Groningen, 1000 yıla yakın tarihi, doğası ve kültürüyle Hollanda' nın en eski ve en turistik şehirlerinden biri. Groningen, karayolu ve demiryollarının, özellikle de ırmakların ve kanalların kesiştiği bir noktada yeralıyor.Groningen, Kuzey Denizi'ne ve Ems Irmağı'na bağlanmasını sağlayan bu yollar sayesinde, bir ticaret merkezine dönüşmüş. Ayrıca, yakınındaki doğalgaz yatağının da etkisiyle sanayi (besin, kimya ve hazır giyim sanayileri, bisiklet yapımı vs.) de oldukça gelişmiş. Tarihi dokuyla bezenmiş eski bir şehir olan Groningen'in, muhteşem bir mimariye sahip harika bir de ünivesitesi (Groningen University and Museum) var. İçerisinde bilim müzesi bulunan Groningen Üniversitesi, 1614 yılında kurulmuş. Cephesinde alegorik figürler bulunan Neo Rönesans mimari tarzıyla inşa edilmiş müze, astronomi, etnoloji, mumyalar ve elektromanyetik güçle çalışan arabalar gibi materyallere ev sahipliği yapıyor. Ancak biz gittiğimizde Noel tatili olduğu için kapalıydı.

Biz yağmurdan dolayı hiç bir yeri gezemedik. Sadece bir kaç tane fotoğraf çekip sonrasında markete uğradık. Etraftan çok marketi gezdik :) Gitmek isteyenler için gezilecek yerleri sıralayayım; Martinkerk and The Martini Tower, The Groningen Museum, Nnoorderplantsoen Park, Groningen Old Town, Lauwersmeer National Park.

Kısa Groningen turundan sonra rotayı, Volendam'a çevirdik. Groningen ile Volendam arası 190 km.Volendam'a gitmek için oldukça uzun olan Afsluitdijk Köprüsü' nden geçtik. Ancak hava yağmurlu ve fırtınalı olduğu için arabadan inip etrafa bakınmaya cesaret edemedik. Afsluitdijk Köprüsü'nün girişinde Kazematten museum var. Kazemattenmuseum, gönüllüler tarafından yapılan bir savaş müzesiymiş. İçerisinde İkinci Dünya Savaşı sırasında kullanılan silah ve o dönemi tasvir eden materyaller varmış.

Kısa Groningen tutundan sonra rotayı, Volendam' a çevirdik

Volendam'a vardığımızda yağmur dinmiş ve yerini fırtınaya bırakmıştı. Volendam, bir liman kabası ve şirin balıkçı kayıkları, peynir müzeleri , waffle' ı, Haring (çiğ) ve Kibbeling (kızarmış) balıklarıyla meşhur.

Volendam'ın sahil tarafındaki cadde hediyelik eşya satan dükkanlar, mağazalar ve restaurant'lardan oluşuyor. Arka kısımlarında ise bir birinden güzel evler var. Sanki bir film platosu gibi. Saatlerce sokaklarad dolaşıp fotoğraf çekebilirsiniz. Hele de yılbaşına yakın giderseniz, süslenmiş noel ağaçları karşılar sizi. Cadde üzerinde kocaman bir tane peynir müzesi var. Alt katındaki mekanda, peynirin nasıl yapıldığını anlatıyorlar ve çalışan kişiler, yerel kıyafetlerle dolaşıyorlar. Oldukça şirin bir yer ancak peynir kokusu dayanılmaz. Ben kokuya tahammül edemediğim için içeride çok fazla kalamadım.

Aynı cadde üzerinde waffle ve kızarmış patates satan minik tezgahlar da var. Ancak çoğunluğu suratsız ve kaba. Rüzgara rağmen sahil boyunca yürüyüp alışveriş yaptıktan sonra bir fotoğrafçıya girip (bizim geziyi organize eden sevgili hocamız ayarladı fotoğraf işini), yerel kıyafetlerle fotoğraf da çekildik. O kıyafetleri giyip de poz verene kadar çok eğlendik. Kısa Volendam gezimizi bitirdikten sonra Amsterdam'a doğru yola çıktık. Volendan yarım günde gezilebilecek bir yer.

Amsterdam' dan Volendam'a gitmek için otobüs de kullanabilirsiniz. Hatta bu link'ten online bilet alabilirsiniz. http://www.localbus.nl/

Amsterdam'a vardığımızda arabaları teslim ettik. Sonrasında da şehir merkezinde kulüpleri keşfe çıktık. Gitmeden önce internet üzerinden (https://amsterdamnightlifeticket.com/en/nye-2017/) adresinden kulüplere giriş için bilet almıştık. Kişi başı 10 Euro, bilet ve 18 tane mekanda geçiyor. Yani bileti alırken öyle sanıyorsunuz ama işin aslı öyle değil. Çoğunluğu Cuma ve hafta sonu geçmiyor. Escape hariç tüm mekanlar leş. Bizim Türkü Bar'lar tadında.

O yüzden siz siz olun, böyle biletlere para vermeyin. Gidin istediğiniz mekana girin, hiç olmazsa boşu buşuna dolaşıp yorulmazsınız. Biz biletlerde isimlerde olan mekanların bir kısmına gittik ama hepsi leş durumdaydı. Boşu boşuna vakit kaybedip, dolaşmış olduk. Düzgün bir yer bulamayınca da yorgun argın otele döndük. Ertesi gün yıl başı, biraz enerji depolamak lazım :)

Yılbaşı günü saat 12'ye doğru kalkıp hazırlandık sonra Van Gogh Müzesi, Stedelijk Müzesi ve Rijksmuseum Amsterdam'ın bulunduğu Museumplein'e gittik. Museumplein'in ortasındaki meydan buz pistine çevrilmiş ve etrafında panayır alanı kurulmuştu. Koskocaman bir tane de mekan var, kafe tarzı, ICE* Amsterdam. İster paten kayın, ister sıcak şarap için, müzik eşliğinde güzel vakit geçirmek için harika bir mekan. Yalnız bizim karnımız çok aç olduğu için biz iki arkadaş ekipten ayrılıp yiyecek bir şeyler aramaya çıktık. Leidseplein'e yürüdük ve yemek yemek için bir mekana oturduk. Mekanın ismini hatırlamıyorum ama somonlu sandviçi nefisti. Yemek yemek için Leidseplein civarını seçebilirsiniz, yemek için çok fazla alternatif var. Yemekten sonra tekrar Museumplein'e dönmeyip otobüs ile Rembrandtplein'e gitmeye karar verdik. Çok yağmur yağdığı için ilk gelen otobüse bindik ve çiçek pazarının başında otobüsten indik. Singel bölgesinde bulunan Bloemenmarkt (çiçek pazarı), cadde boyunca uzanan, lale, tohumlar ve çeşitli çiçejlerin satıldığı bir Pazar. Biz sokağın köşesindeki Starbuck'ı görünce hemen kahvelerimizi alıp, pazara karşı oturduk. Keyif kahvesi içip güzel çiçek manzarası eşliğinde oturduktan sonra Pazar boyunca yürüyüp Rembrandtplein'e vardık. Öğrendik ki en güzel ve eğlenceli yerler Rembrandtplein civarındaymış. Bizden sonra ekibin geri kalanı da geldi ve hep beraber Rembrandtplein'deki Smoke House isimli mekana girdik. İsmi Smoke House çünkü içeriye arada bir buhar basıyorlar, disco gibi, o yüzden içerisi sürekli dumanlı. Ancak içeride sigara içmek yasak :) Hemen kendimize bir masa bulup etrafına dizildik ve başladık dans etmeye. Erken saatlerde bu-

Bizim Türkü Bar'lar tadında. O yüzden siz siz olun, böyle biletlere para vermeyin

rayı tercih edebilirsiniz. Hem güzel müzikler çalışıyorlar hem de eğlenceli bir mekan. Uzun bir süre Smoke House'da takıldıktan sonra bir şeyler yemek için dışarı çıktık.

Yemek için yine Rembrandtplein'e yakın Rancho Steak House'a gittik. Kırmızı şarap eşliğinde etlerimizi yemeğe koyulduk. Rancho Steak House, et yemek için çok iyi bir yer. Bonfileyi kesinlikle öneririm, diğerleri bana göre sert çünkü :(Kırmızı et ve kırmızı şarap sonrasında tekrar dışarı çıkıp yılbaşı akşamı için mekan aramaya koyulduk.

Rembrandtplein'de, Escape adında bir gece kulübü var, oldukça da meşhur bir yer. Biz 9 kişi olduğumuz için loca kiralayalım dedik ve gidip fiyat sorduk. 9 kişilik masa için bize 5000 euro dediler. Şaka zannedip tekrar sorduk ama ciddiylermiş:) Sadece giriş fiyatı ise 66 Euro, içki hariç. Fiyat bize yüksek geldiği için girmekten vazgeçtik ve sokak sokak dolaşmaya başladık. Biz daha gidecek yer bulamadan Dam Meydanı'nda havai fişekler patlamaya başladı. Biz de onu kaçırmamak için oraya doğru yürüdük. Yaklaşık 40 dakika süren havai fişek gösterisi eşliğinde biz de yeni yıla Dam Meydanı'nda girmiş olduk. Bizim bir tanecik hocamız,

9 kişilik masa için bize 5000 euro dediler. Şaka zannedip tekrar sorduk ama ciddiylermiş :)

hiç üşenmeden çantasında taşıdığı şampanyaları çıkardı ve şampanyalar eşliğinde yeni yılı karşıladık.

Yeni yılın ilk saatlerini geçirmek için tekrar mekanlara bakınmaya başladık. Erken saatlerde girişleri ücretli olan bir çok bar, saatin ilerlemesiyle birlikte giriş ücretini kaldırmış. Hal öyle olunca da biz, yolumuzun üzerinde, hoşumuza giden her mekana girip bakındık. En sonunda da kiliseden bozma bir bar bulduk ve girdik. İçeride bir kaç tane salon vardı ve müzik oldukça güzeldi. Ancak mekanın ismini hatırlamıyorum. Bu tip, bir kaç tane mekan var, Paradiso, Melkweg, Studio 80. Uzun bir süre bu mekanda kalıp, dans ettikten sonra otelimize gittik.

Ertesi gün de kahvaltı, valiz hazırlığı ve eve dönüş için havaalanına gidiş.

Geçtiğimiz yıl, yılbaşı için Lviv, Ukrayna'ya gitmiştik. Bu yıl da Amsterdam yapalım dedik. İyi ki de demişiz çünkü çok eğlendik ve çok keyif aldık. Eğer siz de yeni yılı Amsterdam'da kutlamak isterseniz, planınızı Temmuz ayı gibi yapıp, uçak biletlerini alın ve otel rezervasyonlarını yaptırın. Mümkünse oteli Rembrandtplein'de veya yakınında seçin çünkü eğlence mekanlarına çok yakın.

Özetle; yeni yıl için Amsterdam önerilir ;)

Xbox Game Pass kapsamını genişletiyor...

Microsoft'un oyun konsolu için geliştirilen ve geçen yıl Eylül ayında Türkiye'de de kullanıma sunulan üyelik sistemi Xbox Game Pass, kapsamını genişletiyor. Yapılan yeni düzenleme ile Xbox One'a özel oyunlar piyasaya sürüldüğü gün Game Pass üyeleri tarafından oynanabilecek. İlk uygulama önümüzdeki günlerde kullanıma sunulacak olan Sea of Thieves ile başlıyor.

Microsoft tarafından geliştirilen Xbox oyun konsolu ekosisteminde kullanılmak üzere tasarlanan yeni üyelik sistemi Xbox Game Pass, geçen yıl 1 Haziran'da resmi olarak duyurulmuştu. Xbox Game Pass, 1 Eylül'den itibaren Türkiye'de de kullanıma sunulmuştu. Yapılan yeni düzenleme ile Xbox One'a özel oyunlar çıktığı andan itibaren Game Pass üyeleri tarafından deneyimlenebilecek. Bu sayede platforma özel oyunlar Game Pass üyeleri tarafından hemen oynanabilecek.

İlk etapta 20 Mart'ta kullanıma sunulacak olan Sea of Thieves oyunu üyelik sistemine dahil olacak. İlerleyen günlerde Xbox One eko sistemine gelecek State of Decay 2 ve Crackdown 3 gibi oyunlarla Halo, Forza ve Gears of War serilerinin yeni sürümleri de yine Game Pass üyeleri tarafından çıkar çıkmaz oynanabilecek.

Xbox Game Passile kullanılabilecek oyunların listesi için http://www.xbox.com/tr-TR/games/xbox-game-pass?xr=shellnav adresini ziyaret edebilirsiniz.

Netmarble'dan yepyeni mobil oyun...

Netmarble Games Corp,mobil cihazlar için hazırladığı yeni balık tutma oyunu Fishing Strikeoyuncuları için ön kayıtları başladığını duyurdu.

Oyunun yayınlanacağı güne kadar geçecek sürede oyuncular, aralarında kaliteli bir tekne, Ahşap Kamış Olta Seti ve Platin Şans Kutusu da bulunan çeşitli oyun içi ödüller kazanacaklar. Tüm ödüller, Fishing Strikeşubat ayı içinde iOS ve Android'teyayınlanacak.

Oyuncuların dünya çevresinde en iyi balıkları yakalama umuduyla olta sallayacağı Fishing Strike, yepyeni ve hiper gerçekçi bir mobil balık tutma deneyimi sunuyor.Oyun, avcı ile balık arasında, avcının eşsiz yetenekleri ile ekipmanların çok büyük bir rol oynadığı dinamik bir oyun stiline sahip.

Geleceğin teknolojisi VR ve AR bir arada

Virtual Realty (VR) ve AugmentedReality (AR) teknolojilerini destekleyen ilk balık tutma oyunu olması ile oyunculara kendi akvaryumlarını VR ve AR odunda izleme olanağı sağlıyor. Dahası, eşsiz bir Akıllı Görüş sistemi sayesinde su altında dinamik görseller sunarak temiz sularda oyuncuların tutacakları balığı seçmelerine yardımcı oluyor.

Wemade Plus tarafından geliştirilip Netmarble Games Corp. tarafından yayınlanan Fishing Strike, tüm dünyada

(Çin hariç) Şubat ayında Apple AppStore ve Google Play aracılığıyla indirilebilecek.

Fishing Strikehakkında daha fazla bilgi ve yepyeni tanıtım videosu, bir mini oyun ve karakterler ile balıkların tanıtımını içeren ön kayıtiçin

http://fishingstrike.netmarble.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

LOL 2018 Üniversite Ligi kayıtları başlıyor...

League of Legends Türkiye Şampiyonluk Ligi'nde 2018 heyecanının başlamasının hemen ardından, Üniversite Ligi heyecanı da şimdiden yaşanıyor. Bu yıl 400'e yakın takımın katılımı beklenen League of Legends Üniversite Ligi 2018 kayıtları, 1 Şubat'ta başlıyor. 22 Şubat'a kadar sürecek kayıt işlemlerinin ardından ise 24 Şubat'tan itibaren ilk elemeler için takımlar karşı karşıya gelecek.

Gruplara 32 takım kalacak

League of Legends Üniversite Ligi 2018'de elemeler, iki haftalık bir süreçte gerçekleştirilecek. İlk hafta yapılacak maçlarla ilk 16 takım belirlenirken, ikinci hafta ise ilk haftanın ilk 16'sı dışında kalan takımların katılımıyla ikinci 16 takım belirlenecek. İki haftanın sonunda belirlenen toplam 32 takım, grup aşamasında oynama hakkı kazanacak.

Türkiye'nin her bölgesinden katılım beklenen League of Legends Üniversite Ligi'ne, takımların aynı üniversiteden 5 as oyuncu ve en az 1 yedek oyuncuyla dahil olması gerekiyor. Takımlar ekiplerine 3 yedek oyuncuya kadar farklı mevkilerden oyuncu dahil edebiliyorlar. Heyecan dolu turnuvanın grup aşaması 10 Mart'ta başlayacak ve 1 Nisan tarihinde sonlanacak. Çeyrek finaller 7, 8, 14 ve 15 Nisan tarihlerinde oynanacak. Yarı final karşılaşmaları 28 Nisan'da oynanacak ve büyük final 29 Nisan'da gerçekleşecek.

League of Legends Üniversite Ligi 2018 hakkında detaylı bilgi için,
https://tr.leagueoflegends.com/tr/news/community/leagueu/2018-universite-ligi-basliyor
adresini ziyaret edebilirsiniz.

Spotify ve Discord işbirliği...

Spotify ve Discord, milyonlarca oyunsevere yepyeni bir müzik deneyimi sunuyor. Bu işbirliği ile oyun heyecanı içerisinde grup olarak müzik keyfi yaşamak ve oyun müziklerini paylaşmak hiç olmadığı kadar kolay.

Üst düzey bir oyun deneyimi için oyun içi chat özelliğini ve müziği bir araya getiren bu yepyeni entegrasyonun keyfine varmak için Discordiçerisinde yer alan"Ayarlar" sekmesini açmanız ve "Bağlantılar" bölümüne girip Spotify'a bağlanmanız yeterli.

Tüm bu kurulum süreci tamamlandıktan sonra müzik ve oyun heyecanını bir arada yaşamaya hazırsınız:

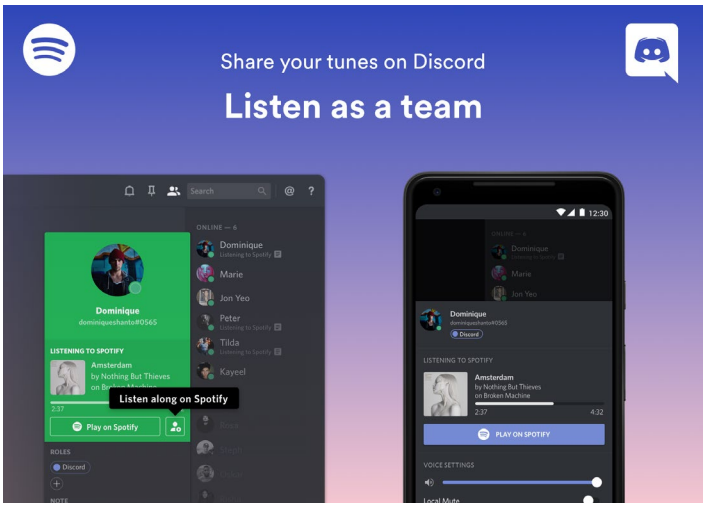
Grup olarak müzik dinleyin

Spotify Premium kullanıcısı olarak, arkadaşlarınızla bir yandan eşzamanlı olarak oyun müziklerini dinlerken diğer yandan oyun için gelecekhamleleriniz hakkında sohbet edebilirsiniz.

Yeni oyun müziklerinizi bulun

Bu yeni entegrasyon ile tüm kullanıcılar,Discord üzerinden kendi favori müziklerini anlık olarak seçip, arkadaşları ile paylaşabiliyor. Platforma bağlı kullanıcılar, o anda dinledikleri müziği gösteren bir etiket alıyor.

"Oyun deneyiminin tamamlayıcı bir parçası olarak müziğin



önemini vurgulamak üzere önemli bir adım attık" diyen Spotify Platform & Partner Deneyimi Ürün Direktörü Mikael Ericsson şöyle devam ediyor: "Spotify Premium ve Discord kullanıcılarına grup olarak müzik dinleme olanağı ve en sevdikleri oyunların tadını çıkarırlarken dinledikleri müzikleri paylaşma fırsatı sunduğumuz için oldukça heyecanlıyız."

Orijinal oyun müzikleri ve özel olarak hazırlanmış çalma listelerini kapsayan Gaming Hub'agöz atmayı unutmayın.

İstanbul Film Festivali...

İstanbul Film Festivali, ilk kez Zurich Sigorta işbirliğiyle Türk sinemasının en önemli yapıtlarını yeniden sinemaya kazandırıyor. Bu yıl, öncü yönetmenlerimizden Bilge Olgaç'ın 1987 yapımı başyapıtı İpekçe, Zurich Sigorta işbirliğiyle Atlas Post Production tarafından restore ediliyor ve 37. İstanbul Film Festivali'nde, yapımından 30 yıl sonra yenilenmiş kopyasıyla yeniden beyaz perdede izleyiciyle buluşuyor. 37. İstanbul Film Festivali, İKSV tarafından 6-17 Nisan tarihlerinde gerçekleştirilecek. 1987 Kültür Bakanlığı Başarı Ödülü'ne ve 1990 Ankara Film Şenliği AFSAD Özel Ödülü'ne layık görülen İpekçe, Atilla Dorsay'ın sözleriyle "ilginç, özgün bir film; sinemamızda yeni bir tat. Bilge Olgaç kimi zaman sakin, durağan, kimi zaman ise elde gezen kıpır kıpır bir kamerayla, özel mercekler sağlanmış dışavurumcu etkileri de savsaklamaksızın, bir illüzyon, bir yanılsama olayını sinemalaştırmayı başarıyor."

Osman Şahin'in Toroslar'daki köyünde geçmiş gerçek olaylardan esinlenerek Bilge Olgaç ile birlikte senaryolaştırdığı İpekçe, bir hayat kadınının değişmeyen yazgısını ve etrafındakilerin ikiyüzlülüğünü masalsı bir atmosferde aktarıyor.

Perihan Savaş ile Berhan Şimşek'in başrollerini paylaştığı İpekçe'de Gülsen Tuncer, Oktar Durukan, Kemal İnci, Şener Gezgen diğer rolleri üstleniyor. İstanbul Film Festivali bu yıl, İpekçe'nin senaryosunu Bilge Olgaç ile birlikte yazan öykücü, yazar ve senarist Osman Şahin ile filmin başrol oyuncularından Perihan Savaş'a Sinema Onur Ödülü veriyor.

Onur ödülleri, 37. İstanbul Film Festivali'nin açılış galasının yapılacağı 6 Nisan akşamı verilecek.

Her Güne Bir Platon...

Yazar Allan Percy'nin ünlü filozof Platon'un düşünce felsefesinden yola çıkarak kaleme aldığı hayatla nasıl baş edeceğinizi gösteren kitabı "Her Güne Bir Platon" Pena Yayınları tarafından raflarda yerini aldı.

Pratik bilgelikten oluşan bu 80 öneri sayesinde Platon, birçok şeyin yanı sıra hayalleri gerçeğe dönüştürmeyi, zamanı iyi yönetmeyi ve hayat boyu sürecek dostlukların keyfini çıkarmayı okurlarına öğretiyor.

Batı düşüncesinin babası olarak görülen Platon ile okuyucularına günlük yaşantılarındaki keşif dünyasını sunan yazar Allan Percy, bu pratik 80 pratik reçete ile okuyucularının hayat yolu üzerindeki adımlarını adeta yönlendiriyor.

Ölümlü Ölümsüz...

Bu yıl 200. yılını kutlayan Frankenstein'ın yaratıcısı Mary Shelley'ninkült öyküsü Ölümlü Ölümsüz, ilk kez Türkçe olarak yayımlandı. Kitap, Maria Brzozowska'nın Delidolu Yayınları için resimlediği özel baskısıyla koleksiyon değeri taşıyor. Korku edebiyatı klasiği olan Frankestein'in yazarıMary Shelley'nin edebi dehasını açığa çıkaran ve ilk kez Türkçeye çevrilen Ölümlü Ölümsüz, Delidolu Yayınları etiketiyle yayımlandı. Ölüm, sonsuzluk ve aşk kavramlarını ele alan öykü, özel resimli ve sert kapaklı baskısıyla okurlarına sunuluyor. Çocukluk aşkı Bertha'ya duyduğu aşkın yakıcılığından kurtulmak için ölümsüzlük iksirini yudumlayan Winzy, başlangıçta bunu bir armağan olarak kabul edip ebedi bir huzura kavuştuğunu düşünür. Ancak, sevdiği herkesin ölümüne tanık olmak zorunda kalan genç adam için bu sonsuzluk, kısa sürede bitmek bilmez bir işkenceye dönüşecektir.

Sanat Kareleri...

Rönesans Gayrimenkul Yatırım bünyesindeki alışveriş merkezleri Optimum, Piazza Alışveriş ve Yaşam Merkezi, Kozzy Alışveriş ve Kültür Merkezi, Hilltown AVM ile Yaratıcı Çocuklar Derneği ve Fotopya iş birliği ile gerçekleştirilen fotoğraf yarışmalarının 6.'sı olan "Sanat Kareleri " için son katılım tarihi 20 Nisan olarak belirlendi.

Küçük büyük, fotoğraf sanatına gönül veren herkesin katılabileceği yarışma için son katılım tarihi 20 Nisan 2018 olarak belirlendi. Her yıl farklı bir konsept ile fotoğraf tutkunlarını bir araya getiren yarışma, 6. yılında tüm katılımcılarını ''Sanat Kareleri'' temasını objektife yansıtmaya davet ediyor.

''Sanat Kareleri'' Şehir Şehir Sergilenecek

"Sanat Kareleri " konulu yarışmada dereceye giren fotoğraflar; İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana'daki Optimum AVM'lerinde, İstanbul'da Kozzy AVM ve Hilltown AVM'de, Samsun, Kahramanmaraş ve Şanlıurfa'daki Piazza AVM'lerinde sergilenecek.

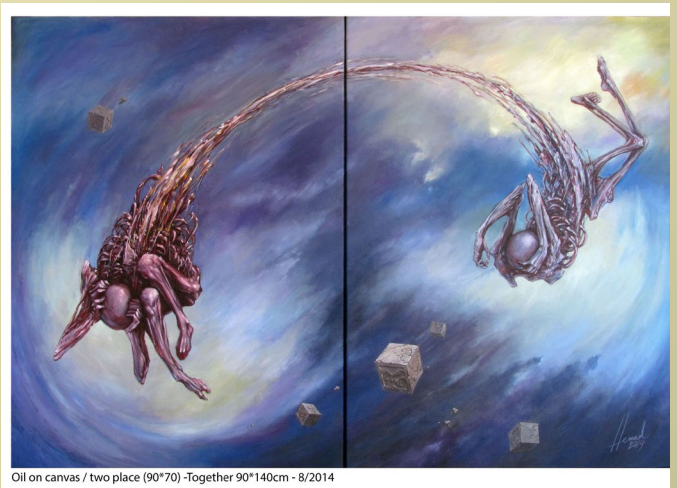
Sanatın toplumsal yaraları sararak, sevgi, barış ve umut dolu bir dünya için mücadele eden iyileştirici ve dışavurum gücünün önemine dikkat çekmeyi amaçlayan '' Sanat Kareleri'' temalı fotoğraf yarışması; "18 yaş üstü", "Lise 9-12. sınıf öğrencileri" ve "Ortaokul 5-8. sınıf öğrencileri" olarak belirlenen kategorilerdeki fotoğraf severlerin katılımıyla gerçekleşecek. Toplamda 69 Eser Sahibi 22 bin 650 TL'lik ödülün sahibi olacak. Rönesans Gayrimenkul, Yaratıcı Çocuklar Derneği ve Fotopya işbirliğinde hayata geçirilen proje, bugüne kadar "Gülümseten Kareler", "Dostluk Kareleri", "Çocuk Hakları", "Hayvan Hakları", "Sevgi Kareleri" temaları ile fotoğraf severleri buluşturdu. Ulusal yarışma statüsü ile hayata geçirilen "Kareler" fotoğraf yarışmalarına 5 yıl içinde 15.000'i aşan yetişkin ve 100'ü aşkın okuldan 10.000 genç katılım sağladı.

Yersiz Zaman...

Sanat yaşamına Türkiye 'de devam eden İranlı genç ve değerli sanatçı Hemad Javadzade 'ninmistik ve gerçeküstücü kompozisyonları, Doğu kültüründen aldığı esinle birleştirdiği kendine ait tutkulu karakterini gözler önüneseren yapıtlarının yeraldığı 'Yersiz Zaman' adlı kişisel sergisi 10 Şubat 2018' den itibaren Galeri Diani'de.

'Yersiz Zaman' genç bir İranlı sanatçı olan HemadJavadzade "nin Türkiye 'de ki ilk kişisel sergisi olması özlediğini taşıyor. Sergi Galeri Diani'de10 Şubat-3 Mart 2018 tarihleri arasında izleyicilerin beğenisine sunuluyor.

HemadJavadzade her ne kadar "Resim benim için sanki başka bir dünyaya açılan bir kapı, gerekçiliktengerçeküstücülüğe hep kaçmışımdır' dese de yapıtlarında son derece gerçekçi ögelerden yola çıkarak gerçeküstü bir dünya kuruyor. Örneğin uzaktan dörtnala koşan bir at olarak gördüğünüz figüre yakınlaştıkça üstüste yığılmış insan iskeletlerinden oluştuğunu kavrıyorsunuz. Yapıtlarında son derece güçlü bir yetkinlikle kullandığı insan ve hayvan anatomisini kendi gerçeküstü anlayışıyla abartıp değiştiriyor. Batılı sanatçılar gibi yol alırken aynı zamanda doğduğu büyüdüğü


Oil on canvas / two place (90*70) -Together 90*140cm - 8/2014

coğrafyanın nesnelerini mitlerini, duygusallığını ve hatta tekniklerini kullanarakdoğuile batı arasında geçiş sağlıyor.Son derece incelikle işlenmiş yapıtlarında izleyiciyi gerçeklerden alıp kendi dünyasına götürüyor sanatçı.Bu sıradışısergide tual üzeri akrilik yapıtlar olduğu gibi kağıt üzerine mürekkep bir çok yapıt izleyiciye sunuluyor.

Tek ilham kaynağımız doğa

Medyayı özgürleştirin ki insanlık yaşasın

Agency Europe & Anatolia
Haber Ajansı
http://aea.eksantrik.com

1993'den bu yana
güvenilir ve bağımsız.

Bir ***Ekşioğlu Medya Grup*** kuruluşudur.